

RASSEGNA STAMPA



demoskopika

A CURA DELL'UFFICIO STAMPA

Tasso di appartenenza turistica regionale

03/05/2020 CN24TV Turismo di prossimità e fase 2, sfida calabrese	1
02/05/2020 La Stampa.it (ed. Nazionale) Estate con il coronavirus: app, steward e braccialetti elettronici	3
01/05/2020 Il Dispaccio.it Ordinanza Santelli, l'apprezzamento delle Terme Sibarite	6
01/05/2020 Basilicata24.it Turismo e coronavirus in Basilicata	7
30/04/2020 Sassilive.it Turismo e Coronavirus in Basilicata, intervento Comitato Vero Policoro e Comitato Crescita Irsina	10
30/04/2020 Comunicati-Stampa.net Ripartire per il turismo italiano, in camper	13
29/04/2020 Motori Quotidiano.net Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in	15
29/04/2020 Motori Quotidiano.net Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in camper	17
28/04/2020 La Mescolanza Coronavirus, la fase 3 e la grande incognita del turismo	19
28/04/2020 Formiche.net Covid-19 e intelligence economica. I rischi della recessione da Nord a Sud	21
27/04/2020 Estreme Conseguenze RIPARTIAMO DALLA MONTAGNA	23
27/04/2020 Politicamentecorretto.com COVID, CTIM:	26
27/04/2020 Aise - Agenzia Internazionale Stampa Estero IL CTIM LANCIA LA "CAMPAGNA PER IL CONSUMO DI MADE IN ITALY NEL MONDO"	27
27/04/2020 9Colonne.it Coronavirus, Ctim: Campagna per il consumo di made in Italy nel mondo 11:52 27/4/2020 Leggi tutto»	28
27/04/2020 Sos Tariffe Bonus viaggi in Italia: 500 euro a famiglia, come funziona	29
26/04/2020 QuiFinanza Coronavirus, turismo in ginocchio: le strategie per salvarlo	32
26/04/2020 Primo Canale La Liguria perde un milione di turisti a causa dell'emergenza Coronavirus	34
26/04/2020 Primo Canale Coronavirus la Caporetto del turismo, in Liguria perso un milione di visitatori	37
25/04/2020 Il Fatto Nisseno.it Dal bonus vacanze al tax credit: ecco il piano del governo per il turismo estivo. Chi abita al mare può fare già il bagno	40
25/04/2020 Prima Pagina News Covid Fase 2, ripresa legata al turismo, Raffaele Rio: "In vetta classifica Sicilia Sardegna e Campania"	42
25/04/2020 Prima Pagina News #Covid #Fase2, ripresa legata al turismo di casa nostra, #Demoskopika calcola +21 miliardi di euro	43
25/04/2020 Le Cronache di Salerno "Turismo travolto dal covid-19 e la Regione resta a guardare", la denuncia di Imma Vietri (Fdi)	44
24/04/2020 Corriere della Calabria.it Callipo alla giunta: «Sostenere al massimo il turismo ?a km zero?»	46
24/04/2020 Corriere di Ragusa.it	

Per chi dopo il covid 19 soggiorerà per 3 notti in Sicilia, una sarà gratis	47
24/04/2020 Il Dispaccio.it	
Callipo: "Incentivi al turismo a km zero, solo i calabresi possono salvare la Calabria"	48
24/04/2020 TTG Italia.com	
Turismo a chilometro zero: Sicilia, Sardegna e Campania le più amate	49
24/04/2020 Calabria 7	
Fase 2 in Calabria, Callipo: "Bisogna ripartire dal turismo"	50
24/04/2020 Il Sole 24 Ore Online	
Dal bonus vacanze al tax credit, alla Campagna «Viaggio in Italia» il piano del governo per il turismo estivo	52
24/04/2020 Il Sole 24 Ore Online	
Estate 2020: a caccia di borghi e luoghi ameni	54
24/04/2020 Trentino.it	
I trentini poco propensi a passare le vacanze entro i "confini"	56
24/04/2020 Stretto Web.com	
Callipo: "incentivi al turismo a km zero. Riscopriamo la Calabria"	57
23/04/2020 Corriere dello Sport.it	
Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi	58
23/04/2020 La Nuova Sardegna.it	
Coronavirus: dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi di euro	59
23/04/2020 ANSA.it	
Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi	60
23/04/2020 Il Metropolitan.it	
Ripresa. Calabria, dal turismo "a km zero" benefici per 343 milioni di euro	61
23/04/2020 La Gazzetta del Mezzogiorno.it	
Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi	63
23/04/2020 il Lametino.it	
Demoskopica, dal turismo ?a chilometro zero? benefici in Calabria per 343 milioni di euro	64

Turismo di prossimità e fase 2, sfida calabrese

Turismo di prossimità e fase 2, sfida calabrese

3 maggio 2020, 09:58

Cosenza Attualità

Esprime apprezzamento per l'ordinanza di parziale riapertura della presidente della Regione, Jole Santelli, Domenico Lione, amministratore unico delle Terme Sibarite Spa.

E lo fa 'sia per sottolineare il proprio apprezzamento per l'obiettivo di fiducia, ottimismo e di sollecito alla preparazione ed alla sicurezza sotteso nell'ordinanza del Presidente della Regione Calabria che ha anticipato al 30 aprile le aperture per alcune categorie commerciali da esercitarsi all'aperto; sia per ricordare che sulla prospettiva competitiva e di qualità del turismo di prossimità le Terme Sibaritide sono impegnate da anni in progetti ed iniziative di marketing territoriale che vanno esattamente nella direzione oggi largamente annunciata, condivisa e sollecitata'.

Per Lione 'diventa fondamentale la percezione della sicurezza trasmessa dalle destinazioni vicine. Serve per questo uno sforzo unitario senza precedenti tra pubblico e privato, istituzioni ed operatori turistici per prepararsi sin da subito da protagonisti all'imminente fase 2 ed a quelle successive. Una partita storica per il Paese e nella quale la Calabria, che ha tutte le carte in regola in tema di turismo lento e sostenibile, può e deve giocare per vincere'.

'Se è vero che – continua – il turismo in Italia ripartirà come negli anni '50 e '60 e cioè grazie alla domanda interna ed a spostamenti di prossimità non oltre i 400km e che in termini di livello di appartenenza turistica (misurato da un'indagine di Demoskopika) insieme a Toscana, Emilia-Romagna, Lazio e Piemonte la Calabria fa registrare un tasso non basso ma intermedio del 18,18% di turisti cosiddetti identitari (quelli ovvero che trascorrono le loro vacanze nella regione di residenza), allora anche la messa in rete delle terme storiche di Calabria potrà contribuire a trasformare l'incerta fase 2 in un momento di riorganizzazione complessiva sia in termini di marketing territoriale che soprattutto di sicurezza dell'offerta turistica locale e, quindi, in un punto di non ritorno per un virtuoso giro di boa delle attese di sviluppo turistico ed economico della regione'.

'Nel solco di un impegno preciso ed apprezzato rispetto a questa visione turistica già interpretata in questi anni – va avanti – le terme dell'antica Sybaris non soltanto saranno pronte a ripartire offrendo massima garanzia rispetto a tutte le prescrizioni di sicurezza anti-Covid ma si dichiarano sin da ora in prima fila nella condivisione di strumenti unitari di rafforzamento della comunicazione strategica del complessivo patrimonio identitario e distintivo del territorio, a partire – prosegue l'amministratore – dall'area della Sibaritide che, al pari delle altre in tutta la penisola calabrese, adesso dobbiamo imparare anzi tutto a scoprire ed a valorizzare come non è stato fatto prima.

'Una precisa impostazione di metodo – conclude Lione, esprimendo soddisfazione per la scelta editoriale preferita – che troviamo ben rappresentata nel servizio dedicato a quest'area della provincia di Cosenza dalla rivista nazionale Dove che nel numero di maggio in edicola, ha riservato alle Terme Sibarite (con un box ad hoc intitolato Le sorprese dell'entroterra) un'attenzione particolare, inserendo l'antica stazione, le sue acque speciali ed i suoi fanghi millenari nel racconto territoriale, dallo ionio al Pollino, dai centri storici al patrimonio artistico ed archeologico, contenuto nel lungo e dettagliato articolo intitolato Mitiche Acque. Abbiamo trovato – si chiosa nel servizio – un Sud orgoglioso della propria storia, creativo e aperto al nuovo. Sarà bello riscoprirlo appena l'Italia riparte'.

cassano allo ionio



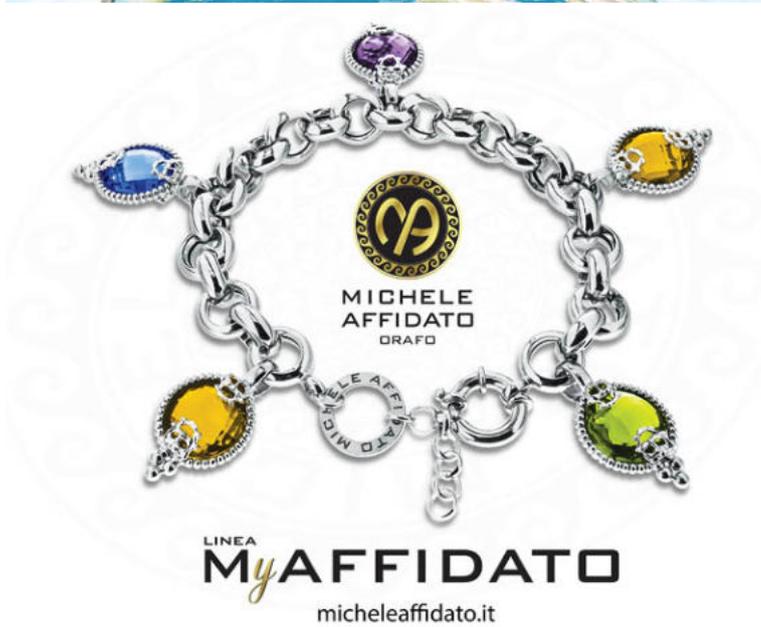
Turismo di prossimità e fase 2, sfida calabrese



SERVICE EXPRESS
SERVIZI POSTALI E SPEDIZIONI

0962 21213

Consegniamo in tutto il mondo,
e lo facciamo da 30 anni



MICHELE AFFIDATO
ORAFO

LINEA **My AFFIDATO**
micheleaffidato.it

a cura dell'ufficio stampa

Estate con il coronavirus: app, steward e braccialetti elettronici

Le iniziative da Nord a Sud per andare in spiaggia. I balneari: «Servono regole certe e valide in tutta Italia, per la stagione siamo già in ritardo»

La spiaggia di Ostia

maria rosa tomasello Pubblicato il 02 Maggio 2020 Ultima modifica 02 Maggio 2020 17:05

ROMA. Lettini in acqua su palafitte smontabili, app per prenotare il proprio posto vista mare, ingresso con rotazione oraria, braccialetti elettronici per segnalare vicinanze eccessive, rigide regole per il distanziamento che negli stabilimenti comporteranno almeno il 30 per cento di posti in meno, pasti consegnati sotto l'ombrellone, steward per controllare che la vita in spiaggia si svolga secondo le regole nella prima estate dell'era coronavirus, mentre i borghi montani si preparano a mettere in campo la risorsa più importante, gli ampi spazi a disposizione in una natura incontaminata. Con il crollo degli arrivi dall'estero, il turismo italiano punta tutto sul mercato interno sperando di salvare il salvabile: secondo una indagine di Demoskopica, gli spostamenti interni potrebbero generare un tesoretto da 21 miliardi di euro, compensando almeno del 30 per cento le perdite dovute all'incoming. I 21 milioni di italiani (su 85 milioni di flussi turistici) che ogni anno vanno all'estero nell'estate 2020 potrebbero scegliere una meta nazionale.

L'incertezza

Difficile per gli imprenditori mettersi in moto senza regole precise, che ancora non ci sono. A denunciarlo è il presidente del Sindacato italiano balneari - Confcommercio Antonio Capacchione, che parla di «grave mancanza di chiarezza da parte del governo e delle istituzioni» per la prossima stagione: «Vengono indicate date ipotetiche, dal 18 maggio al primo giugno, che creano solo confusione e aspettative destinate ad andare deluse per l'assenza di chiare indicazioni sulle concrete nuove modalità operative - accusa - Infatti l'allestimento di una spiaggia, operazione complessa che richiede dai 20 ai 40 giorni, può iniziare solo nel momento in cui vi sono precise indicazioni sulle nuove regole di fruizione dell'arenile e del mare». Per un settore con 30 mila aziende, 100 mila addetti diretti e un milione di lavoratori indiretti, dice, servono linee guida nazionali, e in fretta: «Quest'anno c'è la necessità di un'unica ordinanza balneare anche in materia di sicurezza valida per l'intero territorio nazionale e non per singola località balneare o specifico compartimento marittimo».

Il rebus dei confini regionali

Regioni, Comune e imprese da nord a sud intanto cominciano a organizzarsi mettendo in campo idee e proposte che potrebbero caratterizzare un'estate su cui pesa una ulteriore incognita: quando e come si potrà viaggiare liberamente da regione a regione? Il governatore siciliano Nello Musumeci, per esempio, è per la linea della prudenza: «I numeri del contagio ci autorizzano a dire che la Sicilia oggi può essere considerata una delle regioni più sicure, ma questo non significa che apriamo le porte dell'Isola senza le dovute cautele. La Sicilia può offrirsi anzitutto per un turismo autoctono, fatto innanzitutto da vacanzieri siciliani, poi vedremo - se ce lo consente il contesto epidemiologico - se possiamo allargare all'estero».

Abruzzo: prenotazioni via app

Una app per salvare la stagione balneare degli abruzzesi che, per l'assessore regionale al Turismo Mauro Febbo può iniziare il primo giugno, anche se l'ultima parola spetta al governo. Per andare al mare anche in spiaggia libera ci si dovrà prenotare attraverso una piattaforma digitale gestita dalla Regione in collaborazione con i titolari degli stabilimenti balneari. Il costo, a prezzo calmierato sarà a carico della Regione. Al lavoro anche i balneari: «Lavoriamo con la Time App 24 che permetterà ai clienti di prenotare da casa ombrellone, ristorante e anche altri servizi», spiega Lorenzo Iulianetti, titolare del lido "La Prora" di Montesilvano. Continue sanificazioni consentiranno di utilizzare gli ombrelloni anche part-time, mentre il ricorso sistematico al servizio in spiaggia eviterà affollamenti al bar o al ristorante. Iulianetti ha proposto agli altri gestori e all'amministrazione di promuovere il Cine Beach, drive-in da spiaggia.

Alto Adige, riaprono gli alberghi

Gli alberghi si preparano a riaprire il 25 maggio. I tedeschi, grandi amanti delle montagne sudtirolesi non potranno viaggiare all'estero almeno fino al 14 giugno e il turismo, quindi, non potrà che essere locale. Previsti percorsi in montagna e itinerari, con programmi personalizzati messi a punto dal Club alpino italiano.

Campania, lettini sospesi sul mare

Lettini in acqua per usare il mare come fosse una spiaggia per aumentare gli spazi e garantire le distanze interpersonali. L'idea è del Consorzio Sant'Angelo di Ischia, che propone di installare a cinque metri dalla riva palafitte smontabili con una superficie di 2 metri per 2,5 ancorate con plinti di cemento armato a cui accedere attraverso una scaletta: l'ombra sarà assicurata da una copertura di foglie di palma. Nel Cilento si pensa a rilevazioni della temperatura, numero chiuso e vigili tra i bagnanti.

Estate con il coronavirus: app, steward e braccialetti elettronici

Calabria, steward e test sierologici

In attesa di indicazioni nazionali, in Calabria studiano distanze maggiorate almeno del 30 per cento tra un ombrellone e l'altro e steward per fornire informazioni ai bagnanti. Tra le altre misure, spunta anche l'ipotesi di test sierologici per il personale delle strutture, ma anche per i clienti. Tropea, dove in estate assembramento è la parola d'ordine, si sta cercando di puntare alla destagionalizzazione per allungare la stagione turistica, con la vera ripartenza fissata per il 2021.

Tropea

Emilia Romagna, al mare fino a mezzanotte

Piazzole di scambio sulle pedane che portano al mare per evitare incontri troppo ravvicinati tra le persone; distanze di un metro tra ospiti e bagnini, e tra lettini o sdraio; raddoppio delle distanze minime tra ombrelloni rispetto a quelle sinora indicate dalle disposizioni regionali, portando la zona d'ombra a 10,50 metri, autoregolamentazione delle famiglie con bambini, pranzo sotto l'ombrellone prenotazioni online. Sono alcune delle proposte che i balneari hanno presentato alla Regione. A Rimini invece dal 14 aprile è partito il servizio da "asporto" dei lettini: i gestori di due stabilimenti balneari hanno promosso il noleggio con consegna a domicilio per chi vuole prendere il sole a casa, in giardino o in terrazza. Si studia intanto la possibilità di allungare l'orario della spiaggia fino alle 24, con la possibilità di cenare sulla sabbia. Il sindaco Andrea Gnassi ha proposto di chiedere una autocertificazione sul suo stato di salute.

Rimini: un'immagine che quest'anno non si vedrà

Friuli Venezia Giulia, arriva il controllo elettronico

Il braccialetto elettronico è l'opzione in campo, perché potrebbe consentire di accedere a spazi e servizi in modalità contactless, quindi senza toccare nulla. Sarà in silicone e resistente all'acqua. Regione e balneari stanno lavorando alle linee guida della nuova estate che, naturalmente, prevede anche qui la riduzione della densità di ombrelloni. A Trieste dal primo giugno, salvo imprevisti, si potrà accedere agli stabilimenti muniti di mascherina, da togliere solo durante il bagno in mare.

Lazio, braccialetto per Ostia

A Ostia allo studio due ipotesi: ingresso in spiaggia con un sistema di prenotazioni e turni attraverso una applicazione che consente agli utenti di creare un proprio profilo, scegliendo stabilimento o spiaggia pubblica, o un braccialetto elettronico con sensori sonori in grado di assicurare il mantenimento della distanza tra le persone. Il braccialetto con tecnologia Rfid conterrà un chip utile anche per la prenotazione dei servizi.

Liguria, app e steward per le spiagge libere

A Sestri Levante al via il progetto del Comune e delle associazioni di categoria per la fruizione delle spiagge libere. La Baia del Silenzio, patrimonio Unesco, la Baia delle favole e la Baia di Riva Trigoso saranno aperte con un controllo degli accessi e degli spazi attraverso steward che indirizzeranno gli ospiti, mentre un'applicazione e un call center daranno di volta in volta indicazioni in quale arenile ci sarà disponibilità. Come in molte altre località italiane, ristoranti e bar potranno aumentare gratuitamente l'occupazione di suolo pubblico con tavoli per aumentare la sicurezza degli ospiti. Per controllare l'accesso alle spiagge libere, gli steward - ha detto il governatore Giovanni Toti - potrebbero fare la loro comparsa sui litorali di tutta la regione.

Sestri Levante, la "baia del silenzio"

Marche, beach volley vietato

La stagione estiva potrebbe iniziare a fine mese: «La mia idea è quella di aprire il 29 maggio perché è venerdì e daremo la possibilità alle strutture di poter fruire del weekend collegato al ponte del 2 giugno», ha detto l'assessore al Turismo Moreno Pieroni. Una delle novità potrebbe essere il divieto di accesso alle spiagge nelle ore notturne, dalle 23 alle 6 del giorno dopo per non vanificare le procedure di sanificazione. La distanza tra gli ombrelloni sarà di 4,5 metri, mentre tra le file sarà di 5 metri. Verso lo stop anche le attività ludico-sportive come il beach volley, e le attività di animazione per evitare assembramenti.

Piemonte, accordo con la Liguria

Le due regioni sono alleate per un reciproco sostegno nel turismo. Dal mare della Riviera ligure alle montagne piemontesi, nascono progetti comuni. Un'iniziativa accomuna il consorzio della Via Lattea, sulle montagne olimpiche torinesi che hanno il cuore in Sestriere e Pragelato, e il Consorzio Liguria Together, oltre 50 operatori La Spezia a Imperia, quindi sull'intero arco da est a ovest Riviera. Tra le ipotesi un interscambio di voucher e buoni sconto per costruire un pacchetto di soggiorno che includa le località e le strutture che aderiscono alla promozione.

Puglia, ipotesi tampone per i turisti

Il governatore Michele Emiliano pensa a misure «molto rigide», con tamponi da effettuare a chiunque decida di passare le

a cura dell'ufficio stampa

Estate con il coronavirus: app, steward e braccialetti elettronici

vacanze in Puglia all'ingresso nelle strutture turistiche. La Regione, inoltre, sta lavorando a un accordo coi balneari per la gestione regolamentata delle spiagge libere. A Bari, il lido balneare "Il mare dentro" intanto si sta attrezzando: prevista una rotazione degli ingressi giornalieri, nuovi percorsi di accesso, e una piattaforma online dove sarà possibile richiedere anche un preventivo.

Sardegna, si punta sul turismo sostenibile

Arzachena, prima meta turistica della Sardegna per numero di presenze e di strutture ricettive, punta sul turismo "green". E pensa ad una app per la mappatura delle spiagge per sapere quali sono disponibili e quali invece hanno già raggiunto il numero massimo di capienza. Prevista anche la creazione di due percorsi naturalistici che colleghino la costa all'entroterra. Sull'isola si punta a un turismo sostenibile con una sfida che parte dal Santa Teresa di Gallura basato su ambiente, salubrità e tempi lenti con il "Manifesto della Sardegna resiliente". I comuni di Cagliari e Villasimius propongono invece il Progetto etico di rinascita (Per) che punta a rafforzare l'economia di prossimità, a partire dalle piccole attività, e il turismo attraverso la digitalizzazione delle comunità locali.

Sicilia, notti gratis

La strategia regionale passa attraverso un piano di investimenti a sostegno del turismo che prevede, tra l'altro, notti e biglietti d'ingresso gratuiti nei musei e nelle aree archeologiche a chi sceglie come meta la Sicilia: gratis una notte su tre. Per favorire la grande industria del mare dell'isola, è stata prevista per quest'anno l'esenzione totale dal pagamento dei canoni demaniali. San Vito Lo Capo sta studiando un marchio di sicurezza che garantisca ai turisti una vacanza Covid-free. Sicurezza è la parola d'ordine: a Mondello la società Italo-Belga che gestisce la maggior parte dei lidi ha individuato un responsabile del biocontenimento che si occuperà della gestione dei protocolli di sicurezza, a tutela di clienti e dipendenti.

Panoramica di Mondello

Un'estate anni Sessanta, con meno ombrelloni e pranzo in tenda. La Versilia si prepara alla nuova stagione con lo sguardo al passato. In Toscana FederBalneari ha predisposto una serie di linee guida che ipotizza varchi separati per ingressi e uscite, prenotazioni online e steward per accoglienza e accompagnamento. Sdraio e lettini andranno sanificati ogni sera, divieto di riutilizzarli quindi fino al giorno seguente. Stesso procedimento per spogliatoi e cabine. Ridotti al minimo sport e attività ludiche per i bambini e niente parchi giochi per i piccoli. Tra le proposte anche quella di una autocertificazione da fare sottoscrivere ai clienti sul loro stato di salute.

Umbria, tutti a piedi e in bici

La prima regione a contagi zero si prepara. Nonostante i numerosi eventi annullati, come Umbria Jazz Spring, l'Umbria è al lavoro per la stagione turistica. Norcia sta ultimando il cartellone di eventi estivi, ovviamente all'aperto, a Montefalco si organizzano tour in bici tra le vigne, il Comune di Magione sta valutando pacchetti di sconti per i turisti. Una delle offerte più interessanti della Regione resta quello legato ai cammini spirituali in spazi aperti senza il rischio di assembramenti: dalla Via di Francesco, da Assisi a Roma, al Cammino di San Benedetto, che da Norcia, conduce verso Subiaco o Montecassino. Per gli appassionati di mountain bike ci sono i bellissimi tracciati che corrono lungo le rive del Trasimeno o lungo i piani fioriti sui monti Sibillini e i tre piani di Castelluccio.

Veneto, ecco il termoscanner con lo spray

A Caorle (Venezia) l'amministrazione ha avviato la sperimentazione di un termoscanner a infrarossi che sarà utilizzato prima dell'accesso in spiaggia per la misurazione della febbre e due dispenser con sanificante per mani e piedi. Il brevetto di "Spray for life" è della start-up Sunrise. Il sistema, montato su una colonnina, comunica lo stop a chi ha una temperatura elevata e può essere integrato con un dispositivo di barriera automatico. La scansione video consente di fermare chi non indossa la mascherina. Chi supera il test invece può usare il gel che igienizza mani e scarpe senza premere alcun bottone. Si lavora anche nel resto della regione: le spiagge venete, riunite in Unionmare Veneto, hanno presentato un piano in 18 punti che prevede isolamento tra operatori e clienti, servizi igienici presidiati e sanificati, pronto soccorso, posizionamento degli ombrelloni per il distanziamento sociale, prenotazioni on line. Tra i progetti: spazi in spiaggia fino a 50 metri per famiglia. A Jesolo, 6 milioni di presenze stanziali l'anno, si lavora a una app come unica possibilità di accesso alla spiaggia.

a cura dell'ufficio stampa

Ordinanza Santelli, l'apprezzamento delle Terme Sibarite

Da più parti si sostiene e si auspica che il turismo domestico e di prossimità, il cui indotto è stato stimato intorno ai 21 miliardi di euro, consentirà all'Italia di compensare almeno del 30% il probabile crollo dei vacanzieri stranieri. In questa nuova sfida nazionale, determinata dall'epocale emergenza Covid-19, diventa fondamentale la percezione della sicurezza trasmessa dalle destinazioni vicine. Serve per questo uno sforzo unitario senza precedenti tra pubblico e privato, istituzioni ed operatori turistici per prepararsi sin da subito da protagonisti all'imminente fase 2 ed a quelle successive. Una partita storica per il Paese e nella quale la Calabria, che ha tutte le carte in regola in tema di turismo lento e sostenibile, può e deve giocare per vincere.

È quanto dichiara Domenico Lione, amministratore unico delle Terme Sibarite Spa, la storica struttura termale incastonata da 70 anni nel centro storico di Cassano Jonio, cogliendo l'occasione sia per sottolineare il proprio apprezzamento per l'obiettivo di fiducia, ottimismo e di sollecito alla preparazione ed alla sicurezza sotteso nell'ordinanza del Presidente della Regione Calabria Jole Santelli che ha anticipato al 30 aprile le aperture per alcune categorie commerciali da esercitarsi all'aperto; sia per ricordare che sulla prospettiva competitiva e di qualità del turismo di prossimità le Terme Sibarite sono impegnate da anni in progetti ed iniziative di marketing territoriale che vanno esattamente nella direzione oggi largamente annunciata, condivisa e sollecitata. Se è vero che - continua - il turismo in Italia ripartirà come negli anni '50 e '60 e cioè grazie alla domanda interna ed a spostamenti di prossimità non oltre i 400km e che in termini di livello di appartenenza turistica (misurato da un'indagine di Demoskopika) insieme a Toscana, Emilia-Romagna, Lazio e Piemonte la Calabria fa registrare un tasso non basso ma intermedio del 18,18% di turisti cosiddetti identitari (quelli ovvero che trascorrono le loro vacanze nella regione di residenza), allora anche la messa in rete delle terme storiche di Calabria potrà contribuire a trasformare l'incerta fase 2 in un momento di riorganizzazione complessiva sia in termini di marketing territoriale che soprattutto di sicurezza dell'offerta turistica locale e, quindi, in un punto di non ritorno per un virtuoso giro di boa delle attese di sviluppo turistico ed economico della regione. Nel solco di un impegno preciso ed apprezzato rispetto a questa visione turistica già interpretata in questi anni - va avanti - le terme dell'antica Sybaris non soltanto saranno pronte a ripartire offrendo massima garanzia rispetto a tutte le prescrizioni di sicurezza anti-Covid ma si dichiarano sin da ora in prima fila nella condivisione di strumenti unitari di rafforzamento della comunicazione strategica del complessivo patrimonio identitario e distintivo del territorio, a partire - prosegue l'amministratore - dall'area della Sibarite che, al pari delle altre in tutta la penisola calabrese, adesso dobbiamo imparare anzi tutto a scoprire ed a valorizzare come non è stato fatto prima.

Una precisa impostazione di metodo - conclude Lione, esprimendo soddisfazione per la scelta editoriale preferita - che troviamo ben rappresentata nel servizio dedicato a quest'area della provincia di Cosenza dalla rivista nazionale DOVE che nel numero di maggio in edicola, ha riservato alle Terme Sibarite (con un box ad hoc intitolato *Le sorprese dell'entroterra*) un'attenzione particolare, inserendo l'antica stazione, le sue acque speciali ed i suoi fanghi millenari nel racconto territoriale, dallo ionio al Pollino, dai centri storici al patrimonio artistico ed archeologico, contenuto nel lungo e dettagliato articolo intitolato *Mitiche Acque*. Abbiamo trovato - si chiosa nel servizio - un Sud orgoglioso della propria storia, creativo e aperto al nuovo. Sarà bello riscoprirlo appena l'Italia riparte.

a cura dell'ufficio stampa

Turismo e coronavirus in Basilicata

Le proposte dei comitati di azione civica "Crescita Irsina" e "Vero Policoro"

Comunicato Stampa - 01 Maggio 2020 - 10:58

Sono numerosi gli studi di settore che cercano di prevedere l'andamento del comparto turistico nell'annus horribilis del Coronavirus: dallo studio Demoskopica a quello di CST per Assoturismo non vi è dubbio alcuno che le perdite del settore, che vale il 10% del PIL, saranno catastrofiche. Si prospettano da 143 milioni a 260 milioni di presenze in meno rispetto al 2019, per un mancato introito tra i 18 e i 29 miliardi di euro. Una vera ripresa del settore, che tornerà faticosamente ai numeri pre-Covid, si avrà solo nella primavera del 2021. Sarà soprattutto la mancata presenza straniera a pesare sulla contrazione dei flussi, tuttavia il clima generale di incertezza, anche economica, ha dissuaso un italiano su tre dal prenotare le vacanze in Italia. La peculiare tipologia aziendale italiana, composta da imprese turistiche e ricettive di piccole dimensioni spesso a conduzione familiare, potrebbe non essere in grado di assorbire e superare una flessione di lavoro così drastica e imponente: è dunque opportuno favorire, per quanto possibile e sicuro, la ripresa delle attività nella stagione estiva sia con misure di sostegno economico, sia con azioni mirate alla sicurezza sanitaria, sia con azioni di promozione territoriale.

La Basilicata

Nel 2019 la Basilicata ha registrato 2.733.969 presenze (Fonte: APT Basilicata) con un incremento del 5% rispetto al 2018 principalmente legato alla capacità attrattiva della città di Matera. Quasi la metà delle presenze sono registrate nella Costa Jonica: 1.263.867 nel 2019 (-1,46% sul 2018). I turisti che scelgono la Basilicata sono per l'87% di provenienza italiana, le regioni più affezionate sono la Puglia (20,4%), la Campania (19,87%), il Lazio (14,55%) e la Lombardia (9,31%).

Emerge dai dati appena citati che la Basilicata (con l'esclusione della città di Matera) soffrirà meno di altri territori della mancata presenza straniera, godendo di un mercato interno abbastanza ampio e affezionato. Tuttavia, l'emergenza sanitaria che ha condotto alle scelte di chiusura genera un tale disagio (sociale, psicologico, economico...) che sarà necessario coltivare, o meglio "coccolare", il mercato interno se si vuole sperare in una stagione non troppo sotto le aspettative.

Inoltre, le aziende balneari e le strutture ricettive della Costa Jonica hanno già subito un considerevole shock economico dall'ondata di maltempo dello scorso novembre, dalla sospensione del turismo scolastico, dal mancato lavoro durante la Pasqua e nei ponti primaverili. In particolare la tromba d'aria che ha attraversato il metapontino e il materano nell'autunno 2019 ha provocato danni stimati per oltre 46 milioni di euro. La Regione ha chiesto ed ottenuto lo stato di emergenza, tuttavia il ristoro economico per i danni subiti nel settore turistico tarda ad arrivare. Accelerare i procedimenti e concedere a stretto giro i contributi a quanti hanno subito danni è un primo, e utilissimo, passo per la costruzione di una strategia complessiva di riapertura del comparto turistico che permetta al settore di limitare le perdite e mantenere i livelli occupazionali, predisponendosi così alla stagione 2021 nel migliore dei modi. La necessità di affrontare la riapertura ora, proponendo un piano di soluzioni integrate ed efficaci è spiegata dal vicepresidente Federbalneari Mauro Della Valle:

"Siamo consapevoli - spiega il vicepresidente di Federbalneari - che quest'anno lavoreremo soprattutto con gli italiani e che avremo un ruolo di accoglienza anche psicologica. Perché le spiagge saranno il primo luogo dove iniziare, lentamente, a riprendere in mano la propria vita cercando di gettarsi alle spalle questa tragedia. Il mare può essere il posto ideale per farlo, a patto che si seguano alcune regole. Linee guida che devono arrivare dopo Pasqua, altrimenti non si fa in tempo". Ad oggi è bloccata la manutenzione ordinaria delle strutture. "Ci vogliono almeno 15 giorni per vagliare la sabbia e disinfettarla - aggiunge Della Valle - e gli stabilimenti devono essere pronti a fine maggio, per poter partire a giugno. Perché non credo che a luglio si potranno tenere separati gli italiani dal mare". (Il Fatto Quotidiano, 13 Aprile 2020).

Misure di sostegno economico per il comparto

Oltre all'interessante proposta di un voucher da 500 euro per promuovere le prenotazioni di vacanze in Italia in discussione per il prossimo Decreto Aprile, riteniamo opportune le seguenti azioni sul territorio lucano: Contributo per le imprese con sede legale e operativa in Basilicata pari al 30% del fatturato 2019 per le attività ricettive a carattere stagionale e al 10% per quelle non stagionali. Il contributo sarà erogato al 40% in conto capitale, e al 60% come sconto sulla tassazione 2020 al fine di permettere l'avvio delle attività estive. Detraibilità delle spese per alberghi e altre strutture ricettive e per i lidi per chi abbia trascorso le vacanze in Basilicata. (Holiday bond - Pollica). Contributo per coprire le spese di fitto per almeno il 20%. Misure di organizzazione/gestione per le aziende balneari. Con l'AGR del 8 aprile 2020 l'assessore Merra comunica che entro l'estate la Regione Basilicata provvederà all'estensione delle concessioni demaniali marittime fino al 2033, un provvedimento a lungo chiesto ed atteso.

In considerazione della particolarità della prossima stagione, sarebbe opportuno bloccare i canoni demaniali e considerare la

a cura dell'ufficio stampa

Turismo e coronavirus in Basilicata

possibilità di ampliamento temporaneo delle concessioni al fine di permettere un ulteriore distanziamento degli ombrelloni. Erogazione contributi per il ristoro dei danni in relazione allo stato di emergenza per l'ondata di maltempo del Novembre 2019. Ripascimento spiagge per i Comuni più esposti al fenomeno dell'erosione, Scanzano Jonico e Bernalda (Metaponto) Per i quali sono stati stanziati nel "Patto per il Sud" rispettivamente circa EUR7.500.000 e circa EUR10.000.000 - Consentire i lavori di manutenzione, ripristino, sanificazione delle strutture balneari e delle strutture ricettive da subito. Ulteriore distanziamento degli ombrelloni (almeno 30% in più), limite massimo di 4 persone per ombrellone. Zone di cortesia tra gli ombrelloni in cui sia vietato stanziare. - Prenotazione obbligatoria con almeno due settimane di anticipo. Ogni lido dovrebbe pertanto dotarsi di un sistema di prenotazione a distanza (Whatsapp, sito web, pagina Facebook etc...). Secondo un studio diretto da CDP sull'innovazione nel settore turistico l'uso dei supporti digitali e, più in generale, l'innovazione tecnologica migliora la relazione con il cliente, ed è una leva determinante per lo sviluppo del settore nei prossimi 5 anni. - Dotazione di mascherine, guanti e termoscanner presso lidi, alberghi e strutture ricettive. Obbligo di disinfezione delle superfici e della sabbia. Prevedere il solo servizio all'ombrellone, vietando o sconsigliando il servizio al bancone bar. Anche in questo caso, provvedere ad un metodo digitale per gli ordini potrebbe rivelarsi una scelta vincente anche in futuro. Prevedere un sistema di "prenotazione" con numero chiuso anche per le spiagge libere, in modo da evitare affollamento. Definire, di concerto con le Asl, un protocollo di intervento per i turisti di cui si sospetta un possibile contagio. Sarà opportuno costituire una squadra di medici unicamente destinata a questa funzione e prevedere la necessità di una o più strutture in cui sottoporre a quarantena gli eventuali positivi non gravi. Concordare con Apt un'ampia campagna di promozione territoriale che proponga il sistema mare - borghi - ruralità al fine di incentivare l'interesse per la Regione attraverso la proposta di un turismo meno di "destinazione" e più di "esperienza" individuale. Ulteriori proposte. Lo scopo di queste proposte è quello di consegnare al territorio la possibilità di concludere una stagione nella media degli ultimi anni, ovvero di non incorrere in un'apertura fallimentare. Sarà pertanto auspicabile un monitoraggio serio di tutti i lavoratori della filiera turistico-ricettiva e dell'indotto, ivi compresi i bagnini e il personale in spiaggia. Anche in questo senso, l'ospedale qatariota potrebbe offrire un utilissimo presidio territoriale per la sicurezza sanitaria del settore. (Il presidio, posto a servizio di una programmazione territoriale seria ed efficace, potrebbe essere considerato positivamente da residenti e turisti).

Matera

La città, nonostante il brusco calo di presenze nel primo trimestre del 2020, ha una capacità attrattiva ancora intensa che va sfruttata al meglio. Considerare il numero chiuso, gli ingressi scaglionati e una gestione del trasporto pubblico che consenta il distanziamento favorirebbe non solo la ripresa del settore in città ma anche una migliore spendibilità della costa, da cui partirebbero gite ed escursioni.

I Borghi

La struttura demografica della Basilicata ha permesso la conservazione di piccoli borghi ricchi di arte, storia e tradizioni. Tra questi, ben 7 sono iscritti a "I Borghi più belli d'Italia": Acerenza, Castelmezzano, Guardia Perticara, Irsina, Pietrapertosa, Venosa e Viggianello. L'area collinare e montana della Regione è costellata di piccoli centri abitati di grande suggestione: la fruizione di questo tipo di turismo che possiamo definire esperienziale è per natura lontana dai flussi massivi, quindi di per sé stessa "distanziata". Sarebbe utile incentivare la conoscenza e la promozione della rete di borghi lucani, anche come forma di esperienza complementare, non alternativa, al turismo balneare. Turismo rurale: transumanza e wine-tour. Sempre nell'ottica di proporre esperienze attraenti e che contemporaneamente rispettino le restrizioni anticontagio, nella progettazione della campagna di promozione territoriale potrebbero risultare vincenti accenni specifici alla fruizione del paesaggio rurale: i percorsi della transumanza e l'eccellenza della produzione viti-vinicola, in particolare, locale possono anche favorire un prolungamento della stagione fino a Settembre inoltrato.

Il già citato studio di Cassa Depositi e Prestiti sull'innovazione tecnologica nel turismo non solo indica come scelta vincente la scelta tecnologica, ma chiarisce come in Italia questa strada sia ancora poco percorsa: la politica del turismo in Basilicata può e deve sfruttare il momento di crisi anche per cominciare a inserire nel territorio elementi di crescita che favoriranno il futuro sviluppo.

Comitato di Azione Civica Crescita Irsina

Comitato di Azione Civica Vero Policoro

Foto

Turismo e coronavirus in Basilicata



a cura dell'ufficio stampa

Turismo e Coronavirus in Basilicata, intervento Comitato Vero Policoro e Comitato Crescita Irsina

30 Aprile, 2020 19:07 | Dal mondo del lavoro

0

Il Comitato Vero Policoro e il Comitato Crescita Irsina esprimono alcune riflessioni sulle prospettive del settore balneare e delle criticità che riguardano il comparto turistico a seguito dell'emergenza Coronavirus.

Sono numerosi gli studi di settore che cercano di prevedere l'andamento del comparto turistico nell'annus horribilis del Coronavirus: dallo studio Demoskopica a quello di CST per Assoturismo non vi è dubbio alcuno che le perdite del settore, che vale il 10% del PIL, saranno catastrofiche.

Si prospettano da 143 milioni a 260 milioni di presenze in meno rispetto al 2019, per un mancato introito tra i 18 e i 29 miliardi di euro. Una vera ripresa del settore, che tornerà faticosamente ai numeri pre-Covid, si avrà solo nella primavera del 2021. Sarà soprattutto la mancata presenza straniera a pesare sulla contrazione dei flussi, tuttavia il clima generale di incertezza, anche economica, ha dissuaso un italiano su tre dal prenotare le vacanze in Italia.

La peculiare tipologia aziendale italiana, composta da imprese turistiche e ricettive di piccole dimensioni spesso a conduzione familiare, potrebbe non essere in grado di assorbire e superare una flessione di lavoro così drastica e imponente: è dunque opportuno favorire, per quanto possibile e sicuro, la ripresa delle attività nella stagione estiva sia con misure di sostegno economico, sia con azioni mirate alla sicurezza sanitaria, sia con azioni di promozione territoriale.

La Basilicata

Nel 2019 la Basilicata ha registrato 2.733.969 presenze (Fonte: APT Basilicata) con un incremento del 5% rispetto al 2018 principalmente legato alla capacità attrattiva della città di Matera. Quasi la metà delle presenze sono registrate nella Costa Jonica: 1.263.867 nel 2019 (-1,46% sul 2018).

I turisti che scelgono la Basilicata sono per l'87% di provenienza italiana, le regioni più affezionate sono la Puglia (20,4%), la Campania (19,87%), il Lazio (14,55%) e la Lombardia (9,31%).

Emerge dai dati appena citati che la Basilicata (con l'esclusione della città di Matera) soffrirà meno di altri territori della mancata presenza straniera, godendo di un mercato interno abbastanza ampio e affezionato. Tuttavia, l'emergenza sanitaria che ha condotto alle scelte di chiusura genera un tale disagio (sociale, psicologico, economico...) che sarà necessario coltivare, o meglio 'coccolare', il mercato interno se si vuole sperare in una stagione non troppo sotto le aspettative.

Inoltre, le aziende balneari e le strutture ricettive della Costa Jonica hanno già subito un considerevole shock economico dall'ondata di maltempo dello scorso novembre, dalla sospensione del turismo scolastico, dal mancato lavoro durante la Pasqua e nei ponti primaverili.

In particolare la tromba d'aria che ha attraversato il metapontino e il materano nell'autunno 2019 ha provocato danni stimati per oltre 46 milioni di euro. La Regione ha chiesto ed ottenuto lo stato di emergenza, tuttavia il ristoro economico per i danni subiti nel settore turistico tarda ad arrivare.

Accelerare i procedimenti e concedere a stretto giro i contributi a quanti hanno subito danni è un primo, e utilissimo, passo per la costruzione di una strategia complessiva di riapertura del comparto turistico che permetta al settore di limitare le perdite e mantenere i livelli occupazionali, predisponendosi così alla stagione 2021 nel migliore dei modi.

La necessità di affrontare la riapertura ora, proponendo un piano di soluzioni integrate ed efficaci è spiegata dal vicepresidente Federbalneari Mauro Della Valle:

'Siamo consapevoli – spiega il vicepresidente di Federbalneari – che quest'anno lavoreremo soprattutto con gli italiani e che avremo un ruolo di accoglienza anche psicologica. Perché le spiagge saranno il primo luogo dove iniziare, lentamente, a riprendere in mano la propria vita cercando di gettarsi alle spalle questa tragedia. Il mare può essere il posto ideale per farlo, a patto che si seguano alcune regole. Linee guida che devono arrivare dopo Pasqua, altrimenti non si fa in tempo'. Ad oggi è bloccata la manutenzione ordinaria delle strutture. 'Ci vogliono almeno 15 giorni per vagliare la sabbia e disinfettarla – aggiunge Della Valle – e gli stabilimenti devono essere pronti a fine maggio, per poter partire a giugno. Perché non credo che a luglio si potranno tenere separati gli italiani dal mare'. (Il Fatto Quotidiano, 13 Aprile 2020).

Misure di sostegno economico per il comparto.

Oltre all'interessante proposta di un voucher da €500 per promuovere le prenotazioni di vacanze in Italia in discussione per il prossimo Decreto Aprile, riteniamo opportune le seguenti azioni sul territorio lucano:

– Contributo per le imprese con sede legale e operativa in Basilicata pari al 30% del fatturato 2019 per le attività ricettive a carattere stagionale e al 10% per quelle non stagionali. Il contributo sarà erogato al 40% in conto capitale, e al 60% come

a cura dell'ufficio stampa

Turismo e Coronavirus in Basilicata, intervento Comitato Vero Policoro e Comitato Crescita Irsina

sconto sulla tassazione 2020 al fine di permettere l'avvio delle attività estive.

– Detraibilità delle spese per alberghi e altre strutture ricettive e per i lidi per chi abbia trascorso le vacanze in Basilicata. (Holiday bond – Pollica). – Contributo per coprire le spese di fitto per almeno il 20%.

– Misure di organizzazione/gestione per le aziende balneari.

– Con l'AGR del 8 Aprile 2020 l'assessore Merra comunica che entro l'estate la Regione Basilicata provvederà all'estensione delle concessioni demaniali marittime fino al 2033, un provvedimento a lungo chiesto ed atteso. In considerazione della particolarità della prossima stagione, sarebbe opportuno bloccare i canoni demaniali e considerare la possibilità di ampliamento temporaneo delle concessioni al fine di permettere un ulteriore distanziamento degli ombrelloni.

– Erogazione contributi per il ristoro dei danni in relazione allo stato di emergenza per l'ondata di maltempo del Novembre 2019.

– Ripascimento spiagge per i Comuni più¹ esposti al fenomeno dell'erosione, Scanzano Jonico e Bernalda (Metaponto) Per i quali sono stati stanziati nel 'Patto per il SUD' rispettivamente circa €7.500.000 e circa €10.000.000

– Consentire i lavori di manutenzione, ripristino, sanificazione delle strutture balneari e delle strutture ricettive da subito.

– Ulteriore distanziamento degli ombrelloni (almeno 30% in più¹), limite massimo di 4 persone per ombrellone. Zone di cortesia tra gli ombrelloni in cui sia vietato stanziare.

– Prenotazione obbligatoria con almeno due settimane di anticipo. Ogni lido dovrebbe pertanto dotarsi di un sistema di prenotazione a distanza (Whatsapp, sito web, pagina Facebook etc...). Secondo un studio diretto da CDP sull'innovazione nel settore turistico l'uso dei supporti digitali e, più¹ in generale, l'innovazione tecnologica migliora la relazione con il cliente, ed è una leva determinante per lo sviluppo del settore nei prossimi 5 anni.

– Dotazione di mascherine, guanti e termoscanner presso lidi, alberghi e strutture ricettive.

– Obbligo di disinfezione delle superfici e della sabbia.

– Prevedere il solo servizio all'ombrellone, vietando o sconsigliando il servizio al bancone bar. Anche in questo caso, provvedere ad un metodo digitale per gli ordini potrebbe rivelarsi una scelta vincente anche in futuro.

– Prevedere un sistema di 'prenotazione' con numero chiuso anche per le spiagge libere, in modo da evitare affollamento.

– Definire, di concerto con le ASL, un protocollo di intervento per i turisti di cui si sospetta un possibile contagio. Sarà opportuno costituire una squadra di medici unicamente destinata a questa funzione e prevedere la necessità di una o più¹ strutture in cui sottoporre a quarantena gli eventuali positivi non gravi.

– Concordare con APT un'ampia campagna di promozione territoriale che proponga il sistema mare – borghi – ruralità al fine di incentivare l'interesse per la Regione attraverso la proposta di un turismo meno di 'destinazione' e più¹ di 'esperienza' individuale.

Ulteriori proposte.

Lo scopo di queste proposte è quello di consegnare al territorio la possibilità di concludere una stagione nella media degli ultimi anni, ovvero di non incorrere in un'apertura fallimentare.

Sarà pertanto auspicabile un monitoraggio serio di tutti i lavoratori della filiera turistico-ricettiva e dell'indotto, ivi compresi i bagnini e il personale in spiaggia. Anche in questo senso, l'ospedale qatariota potrebbe offrire un utilissimo presidio territoriale per la sicurezza sanitaria del settore. (Il presidio, posto a servizio di una programmazione territoriale seria ed efficace, potrebbe essere considerato positivamente da residenti e turisti).

Matera. La città, nonostante il brusco calo di presenze nel primo trimestre del 2020, ha una capacità attrattiva ancora intensa che va sfruttata al meglio. Considerare il numero chiuso, gli ingressi scaglionati e una gestione del trasporto pubblico che consenta il distanziamento favorirebbe non solo la ripresa del settore in città ma anche una migliore spendibilità della costa, da cui partirebbero gite ed escursioni. I Borghi. La struttura demografica della Basilicata ha permesso la conservazione di piccoli borghi ricchi di arte, storia e tradizioni. Tra questi, ben 7 sono iscritti a 'I Borghi più¹ belli d'Italia': Acerenza, Castelmezzano, Guardia Perticara, Irsina, Pietrapertosa, Venosa e Viggianello. L'area collinare e montana della Regione è costellata di piccoli centri abitati di grande suggestione: la fruizione di questo tipo di turismo che possiamo definire esperienziale è per natura lontana dai flussi massivi, quindi di per sé stessa 'distanziata'. Sarebbe utile incentivare la conoscenza e la promozione della rete di borghi lucani, anche come forma di esperienza complementare, non alternativa, al turismo balneare.

Turismo rurale: transumanza e wine-tour. Sempre nell'ottica di proporre esperienze attraenti e che contemporaneamente

a cura dell'ufficio stampa

Turismo e Coronavirus in Basilicata, intervento Comitato Vero Policoro e Comitato Crescita Irsina

rispettino le restrizioni anticontagio, nella progettazione della campagna di promozione territoriale potrebbero risultare vincenti accenni specifici alla fruizione del paesaggio rurale: i percorsi della transumanza e l'eccellenza della produzione viti-vinicola, in particolare, locale possono anche favorire un prolungamento della stagione fino a Settembre inoltrato.

Il già citato studio di Cassa Depositi e Prestiti sull'innovazione tecnologica nel turismo non solo indica come scelta vincente la scelta tecnologica, ma chiarisce come in Italia questa strada sia ancora poco percorsa: la politica del turismo in Basilicata pu e deve sfruttare il momento di crisi anche per cominciare a inserire nel territorio elementi di crescita che favoriranno il futuro sviluppo.

Valentina Celsi, Coordinatore Comitato Vero Policoro e Mauro Marino, Coordinatore Comitato Crescita Irsina

Questo sito usa Akismet per ridurre lo spam. Scopri come i tuoi dati vengono elaborati.

Ripartire per il turismo italiano, in camper

Cosa porta a scegliere una vacanza slow in sicurezza? Sicurezza, sostenibilità, lentezza e (ri)scoperta. La fase due si avvicina e ci fa pensare a un turismo nuovo, fatto di responsabilità e valori, con il sapore di casa. È chiaro che in questo periodo di ispirazione e, in alcuni casi, di pianificazione, è emersa una tendenza ben distinta: i nostri prossimi viaggi saranno in Italia. Il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato recentemente Viaggio in Italia, campagna del Governo in aiuto alle imprese legate al turismo, già duramente provate dall'effetto lockdown. Secondo Demoskopika, il flusso turistico nazionale potrebbe compensare per almeno il 30% la perdita delle presenze straniere, che nel 2019 hanno superato i 216 milioni.

Pensare a un viaggio in questo momento è del tutto legittimo e per nulla sbagliato. Tuttavia, bisognerà fare i conti con uno scenario delicato, fatto di potenziali rischi e norme più rigorose ma, soprattutto, paura e incertezza di molti viaggiatori. Sarà dunque importante ragionare con prudenza e adottare soluzioni che possano garantire distanza e benessere psicologico. Nel ventaglio di opzioni a disposizione, quella del camper sembra essere l'ideale. Una combinazione di utilità legata alle esigenze del momento, insieme al dilettevole dei trend di viaggio visti nei mesi precedenti. In fondo, gli italiani sono da sempre un paese di camperisti - secondo il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, nel 2018 sono 230.629 i camper di proprietà in Italia. Un sistema fatto non solo di mezzi privati ma un'industria a tutto tondo, con offerte di noleggio su tutto il territorio attraverso aziende come Indie Campers, che si stanno adoperando insieme a strutture ricettive per garantire igiene e pulizia profonda. La vacanza in camper si prospetta essere il viaggio del futuro: vediamo perché.

Indipendenza a distanza (di sicurezza). Camper e van da sempre rappresentano un simbolo di indipendenza, una sorta di tutto in uno che fa da hotel, ristorante e mezzo di trasporto. Spostarsi in camper permette inoltre di macinare chilometri con piacere per raggiungere località tranquille, evitando assembramenti e creando condizioni di sicurezza idonee. L'elemento della distanza viene inoltre garantito nella fase di pianificazione e supporto interamente online: se l'anno scorso l'86% dei noleggi auto è stato prenotato su internet e il 13% degli utenti italiani ha utilizzato live chat di assistenza in viaggio, si prevede sicuramente un aumento di questi numeri (Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo).

Sostenere le attività locali. Ricordiamoci che il turismo rappresenta una parte fondamentale del nostro Pil, pari a circa il 13%. La vacanza en plein air offre senza dubbio grande libertà di movimento, per dirigersi verso località meno conosciute e sostenere un movimento di viaggio alternativo. Visitare queste destinazioni si traduce in supportare le piccole attività consumando i loro prodotti, artigianato e cucina tradizionale. Ne varrà la pena: il turismo domestico potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro, cifra misurata in termini di spesa turistica (Demoskopika).

Un'esperienza sostenibile. Recentemente si è parlato del fenomeno Flygskam, letteralmente vergogna di volare, portato alla notorietà da Greta Thunberg. E visto che le possibilità di andare dall'altra parte del mondo nel breve termine sono ancora poche, scegliere mezzi di trasporto alternativi all'aereo sarà sicuramente positivo per l'ambiente e la riduzione di emissioni di CO₂. Inoltre, quella di viaggi green e undertourism è una tendenza già nota e che finalmente verrà apprezzata da un pubblico più vasto, forte del fatto che l'Italia sia lo scenario ideale per questo tipo di esperienze. Non resta che scegliere tra montagna, laghi o borghi immersi nella campagna.

Scoperta, della natura e di se stessi. L'esigenza della sicurezza porterà gli italiani a prediligere tranquillità e contatto con la natura, per un'esperienza di (ri)scoperta. Viaggiare in camper diventa un'occasione non solo per riscoprire il Belpaese ma anche noi stessi. Il distanziamento sociale e la scelta di fare una vacanza in solitaria o con poche persone, magari famigliari, non solo consente di minimizzare i contatti, ma offre un'occasione di crescita e riflessione. Il mondo sta diventando sempre più rumoroso ed è sempre più difficile trovare la pace: un road trip nella natura è un ottimo modo per sfuggire all'inquinamento acustico e riconnettersi con noi stessi a un livello più profondo.

Meno tempo di viaggio, più tempo di qualità. Tempi di percorrenza slow e viaggi in camper vicino a casa permetteranno di fare delle brevi ferie, facili da inserire in agende fitte di impegni. D'altronde, quella delle microcations, o micro vacations, si è presentata già a inizio 2020 come tendenza scelta da molti. «L'anno scorso, il 51% dei nostri clienti italiani ha deciso di noleggiare un camper per un viaggio nel proprio Paese, con un media di 7 giorni» afferma Edoardo Barge, Country Manager Italia di Indie Campers, «Considerando la situazione attuale ed il fatto che i camper siano una risposta idonea allo scenario presente, prevediamo viaggi quasi esclusivamente interni, con una riduzione dei giorni di prenotazione, optando per weekend e gite fuori porta dove sarà consentito».

Non uscire di casa finché non avrai visto il tuo Paese. Ormai è chiaro, per evitare problemi alle frontiere o contagi, senza però rinunciare a una pausa estiva, la soluzione a portata di mano è quella di visitare la nostra terra. Vacanze in casa e turismo di prossimità sono la riconferma di un trend pre esistente. I turisti più autoctoni? Siciliani, Sardi e Campani, i primi tre per

Ripartire per il turismo italiano, in camper

tasso di appartenenza turistica, ovvero la scelta di passare le vacanze nella propria regione.

La vacanza en plein air può essere una risorsa preziosa per la valorizzazione culturale, sociale ed eco sostenibile dei territori italiani. Se nell'ultimo mese ci sono state 162 milioni di interazioni social sul travel italiano, un motivo c'è: le persone hanno ancora voglia di viaggiare e soprattutto tanto amore per il nostro Paese (ENIT).

Link: <https://indiecampers.com/it>

Mkt Lead Italia - Indie Campers

a cura dell'ufficio stampa

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in camper

Di Francesco Forni

Sicurezza, sostenibilità, lentezza e (ri)scoperta. La fase due si avvicina e ci fa pensare a un turismo nuovo, fatto di responsabilità e valori, con il sapore di casa. È chiaro che in questo periodo di ispirazione e, in alcuni casi, di pianificazione, è emersa una tendenza ben distinta: i nostri prossimi viaggi saranno in Italia. Il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato recentemente *Viaggio in Italia*, campagna del Governo in aiuto alle imprese legate al turismo, già duramente provate dall'effetto lockdown. Secondo Demoskopika, il flusso turistico nazionale potrebbe compensare per almeno il 30% la perdita delle presenze straniere, che nel 2019 hanno superato i 216 milioni.

Leggi ora: Perché viaggiare in camper nel 2020

Pensare a un viaggio in questo momento è del tutto legittimo e per nulla sbagliato.

Tuttavia, bisognerà fare i conti con uno scenario delicato, fatto di potenziali rischi e norme più rigorose ma, soprattutto, paura e incertezza di molti viaggiatori. Sarà dunque importante ragionare con prudenza e adottare soluzioni che possano garantire distanza e benessere psicologico. Nel ventaglio di opzioni a disposizione, quella del camper sembra essere l'ideale.

Una combinazione di utilità legata alle esigenze del momento, insieme al dilettevole dei trend di viaggio visti nei mesi precedenti. In fondo, gli italiani sono da sempre un paese di camperisti - secondo il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, nel 2018 sono 230.629 i camper di proprietà in Italia. Un sistema fatto non solo di mezzi privati ma un'industria a tutto tondo, con offerte di noleggio su tutto il territorio attraverso aziende come Indie Campers, che si stanno adoperando insieme a strutture ricettive per garantire igiene e pulizia profonda. La vacanza in camper si prospetta essere il viaggio del futuro: vediamo perché.

Indipendenza a distanza (di sicurezza).

Camper e van da sempre rappresentano un simbolo di indipendenza, una sorta di tutto in uno che fa da hotel, ristorante e mezzo di trasporto. Spostarsi in camper permette inoltre di macinare chilometri con piacere per raggiungere località tranquille, evitando assembramenti e creando condizioni di sicurezza idonee. L'elemento della distanza viene inoltre garantito nella fase di pianificazione e supporto interamente online: se l'anno scorso l'86% dei noleggi auto è stato prenotato su internet e il 13% degli utenti italiani ha utilizzato live chat di assistenza in viaggio, si prevede sicuramente un aumento di questi numeri (Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo).

Sostenere le attività locali.

Ricordiamoci che il turismo rappresenta una parte fondamentale del nostro Pil, pari a circa il 13%. La vacanza en plein air offre senza dubbio grande libertà di movimento, per dirigersi verso località meno conosciute e sostenere un movimento di viaggio alternativo. Visitare queste destinazioni si traduce in supportare le piccole attività consumando i loro prodotti, artigianato e cucina tradizionale. Ne varrà la pena: il turismo domestico potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro, cifra misurata in termini di spesa turistica (Demoskopika).

Un'esperienza sostenibile.

Recentemente si è parlato del fenomeno Flygskam, letteralmente vergogna di volare, portato alla notorietà da Greta Thunberg. E visto che le possibilità di andare dall'altra parte del mondo nel breve termine sono ancora poche, scegliere mezzi di trasporto alternativi all'aereo sarà sicuramente positivo per l'ambiente e la riduzione di emissioni di CO₂. Inoltre, quella di viaggi green e undertourism è una tendenza già nota e che finalmente verrà apprezzata da un pubblico più vasto, forte del fatto che l'Italia sia lo scenario ideale per questo tipo di esperienze. Non resta che scegliere tra montagna, laghi o borghi immersi nella campagna.

Scoperta, della natura e di se stessi.

L'esigenza della sicurezza porterà gli italiani a prediligere tranquillità e contatto con la natura, per un'esperienza di (ri)scoperta. Viaggiare in camper diventa un'occasione non solo per riscoprire il Belpaese ma anche noi stessi. Il distanziamento sociale e la scelta di fare una vacanza in solitaria o con poche persone, magari famigliari, non solo consente di minimizzare i contatti, ma offre un'occasione di crescita e riflessione. Il mondo sta diventando sempre più rumoroso ed è sempre più difficile trovare la pace: un road trip nella natura è un ottimo modo per sfuggire all'inquinamento acustico e riconnettersi con noi stessi a un livello più profondo.

Meno tempo di viaggio, più tempo di qualità.

Tempi di percorrenza slow e viaggi in camper vicino a casa permetteranno di fare delle brevi ferie, facili da inserire in agende

a cura dell'ufficio stampa

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in

fitte di impegni. D'altronde, quella delle microcations, o micro vacations, si è presentata già a inizio 2020 come tendenza scelta da molti. «L'anno scorso, il 51% dei nostri clienti italiani ha deciso di noleggiare un camper per un viaggio nel proprio Paese, con un media di 7 giorni» afferma Edoardo Barge, Country Manager Italia di Indie Campers, «Considerando la situazione attuale ed il fatto che i camper siano una risposta idonea allo scenario presente, prevediamo viaggi quasi esclusivamente interni, con una riduzione dei giorni di prenotazione, optando per weekend e gite fuori porta dove sarà consentito».

Non uscire di casa finché non avrai visto il tuo Paese.

Ormai è chiaro, per evitare problemi alle frontiere o contagi, senza però rinunciare a una pausa estiva, la soluzione a portata di mano è quella di visitare la nostra terra. Vacanze in casa e turismo di prossimità sono la riconferma di un trend pre esistente. I turisti più autoctoni? Siciliani, Sardi e Campani, i primi tre per tasso di appartenenza turistica, ovvero la scelta di passare le vacanze nella propria regione.

La vacanza en plein air può essere una risorsa preziosa per la valorizzazione culturale, sociale ed eco sostenibile dei territori italiani. Se nell'ultimo mese ci sono state 162 milioni di interazioni social sul travel italiano, un motivo c'è: le persone hanno ancora voglia di viaggiare e soprattutto tanto amore per il nostro Paese.

Leggi anche: Indie Campers, un van come ufficio: smart working senza confini

Ultima modifica: 29 aprile 2020

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in camper

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in camper

Di Francesco Forni

Sicurezza, sostenibilità, lentezza e (ri)scoperta. La fase due si avvicina e ci fa pensare a un turismo nuovo, fatto di responsabilità e valori, con il sapore di casa. È chiaro che in questo periodo di ispirazione e, in alcuni casi, di pianificazione, è emersa una tendenza ben distinta: i nostri prossimi viaggi saranno in Italia. Il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato recentemente *Viaggio in Italia*, campagna del Governo in aiuto alle imprese legate al turismo, già duramente provate dall'effetto lockdown. Secondo Demoskopika, il flusso turistico nazionale potrebbe compensare per almeno il 30% la perdita delle presenze straniere, che nel 2019 hanno superato i 216 milioni.

Leggi ora: *Perché viaggiare in camper nel 2020*

Pensare a un viaggio in questo momento è del tutto legittimo e per nulla sbagliato.

Tuttavia, bisognerà fare i conti con uno scenario delicato, fatto di potenziali rischi e norme più rigorose ma, soprattutto, paura e incertezza di molti viaggiatori. Sarà dunque importante ragionare con prudenza e adottare soluzioni che possano garantire distanza e benessere psicologico. Nel ventaglio di opzioni a disposizione, quella del camper sembra essere l'ideale.

Una combinazione di utilità legata alle esigenze del momento, insieme al dilettevole dei trend di viaggio visti nei mesi precedenti. In fondo, gli italiani sono da sempre un paese di camperisti - secondo il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, nel 2018 sono 230.629 i camper di proprietà in Italia. Un sistema fatto non solo di mezzi privati ma un'industria a tutto tondo, con offerte di noleggio su tutto il territorio attraverso aziende come Indie Campers, che si stanno adoperando insieme a strutture ricettive per garantire igiene e pulizia profonda. La vacanza in camper si prospetta essere il viaggio del futuro: vediamo perché.

Indipendenza a distanza (di sicurezza).

Camper e van da sempre rappresentano un simbolo di indipendenza, una sorta di tutto in uno che fa da hotel, ristorante e mezzo di trasporto. Spostarsi in camper permette inoltre di macinare chilometri con piacere per raggiungere località tranquille, evitando assembramenti e creando condizioni di sicurezza idonee. L'elemento della distanza viene inoltre garantito nella fase di pianificazione e supporto interamente online: se l'anno scorso l'86% dei noleggi auto è stato prenotato su internet e il 13% degli utenti italiani ha utilizzato live chat di assistenza in viaggio, si prevede sicuramente un aumento di questi numeri (Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo).

Sostenere le attività locali.

Ricordiamoci che il turismo rappresenta una parte fondamentale del nostro Pil, pari a circa il 13%. La vacanza en plein air offre senza dubbio grande libertà di movimento, per dirigersi verso località meno conosciute e sostenere un movimento di viaggio alternativo. Visitare queste destinazioni si traduce in supportare le piccole attività consumando i loro prodotti, artigianato e cucina tradizionale. Ne varrà la pena: il turismo domestico potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro, cifra misurata in termini di spesa turistica (Demoskopika).

Un'esperienza sostenibile.

Recentemente si è parlato del fenomeno Flygskam, letteralmente vergogna di volare, portato alla notorietà da Greta Thunberg. E visto che le possibilità di andare dall'altra parte del mondo nel breve termine sono ancora poche, scegliere mezzi di trasporto alternativi all'aereo sarà sicuramente positivo per l'ambiente e la riduzione di emissioni di CO₂. Inoltre, quella di viaggi green e undertourism è una tendenza già nota e che finalmente verrà apprezzata da un pubblico più vasto, forte del fatto che l'Italia sia lo scenario ideale per questo tipo di esperienze. Non resta che scegliere tra montagna, laghi o borghi immersi nella campagna.

Scoperta, della natura e di se stessi.

L'esigenza della sicurezza porterà gli italiani a prediligere tranquillità e contatto con la natura, per un'esperienza di (ri)scoperta. Viaggiare in camper diventa un'occasione non solo per riscoprire il Belpaese ma anche noi stessi. Il distanziamento sociale e la scelta di fare una vacanza in solitaria o con poche persone, magari famigliari, non solo consente di minimizzare i contatti, ma offre un'occasione di crescita e riflessione. Il mondo sta diventando sempre più rumoroso ed è sempre più difficile trovare la pace: un road trip nella natura è un ottimo modo per sfuggire all'inquinamento acustico e riconnettersi con noi stessi a un livello più profondo.

Meno tempo di viaggio, più tempo di qualità.

Tempi di percorrenza slow e viaggi in camper vicino a casa permetteranno di fare delle brevi ferie, facili da inserire in agende

a cura dell'ufficio stampa

Ripartire per il turismo italiano, quando sarà possibile in camper

fitte di impegni. D'altronde, quella delle microcations, o micro vacations, si è presentata già a inizio 2020 come tendenza scelta da molti. «L'anno scorso, il 51% dei nostri clienti italiani ha deciso di noleggiare un camper per un viaggio nel proprio Paese, con un media di 7 giorni» afferma Edoardo Barge, Country Manager Italia di Indie Campers, «Considerando la situazione attuale ed il fatto che i camper siano una risposta idonea allo scenario presente, prevediamo viaggi quasi esclusivamente interni, con una riduzione dei giorni di prenotazione, optando per weekend e gite fuori porta dove sarà consentito».

Non uscire di casa finché non avrai visto il tuo Paese.

Ormai è chiaro, per evitare problemi alle frontiere o contagi, senza però rinunciare a una pausa estiva, la soluzione a portata di mano è quella di visitare la nostra terra. Vacanze in casa e turismo di prossimità sono la riconferma di un trend pre esistente. I turisti più autoctoni? Siciliani, Sardi e Campani, i primi tre per tasso di appartenenza turistica, ovvero la scelta di passare le vacanze nella propria regione.

La vacanza en plein air può essere una risorsa preziosa per la valorizzazione culturale, sociale ed eco sostenibile dei territori italiani. Se nell'ultimo mese ci sono state 162 milioni di interazioni social sul travel italiano, un motivo c'è: le persone hanno ancora voglia di viaggiare e soprattutto tanto amore per il nostro Paese.

Leggi anche: Indie Campers, un van come ufficio: smart working senza confini

Ultima modifica: 29 aprile 2020

Coronavirus, la fase 3 e la grande incognita del turismo

Un settore in ginocchio punta a risollevarsi grazie al turismo domestico che può² valere anche 21 miliardi di euro. Ecco soluzioni e strategie

I sicuramente una delle incognite più¹ grandi della fase 3. Dopo aver riaperto l'Italia, bisognerà riaprire l'Italia ai turisti domestici in attesa del ritorno, nel 2021, degli stranieri. In ballo ci sono una sacco di punti interrogativi e qualche certezza. Nei giorni scorsi hanno colpito molto i rendering con le simulazioni dei box in plexiglass per le spiegaie. Per fare un primo ragionamento si può² partire dai numeri e dalla ricerca di Demoskopika. L'istituto definisce un tesoretto di circa 21 miliardi di euro il cosiddetto turismo nazionale, al momento l'unica soluzione alla drammatica crisi che attanaglia il settore, fatto a pezzi dal lockdown e dalla pandemia.

Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze. Alcune regioni potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

“Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale – spiega alle agenzie il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio – bisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza, concentrando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza”.

Ogni anno – secondo Demoskopika – sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni restano in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive.

Complici la situazione economica, la bellezza della regione e soprattutto delle spiagge, la Sicilia, con il 40,59%, presenta il più¹ elevato livello di “appartenenza turistica”: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono “consumati” in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%.

Appartenenza più¹ che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%). In un livello minore rientrano Friuli Venezia Giulia (10,93%), Abruzzo (9,25%), Marche (8,61%) e Trentino-Alto Adige (5,94%). In coda, con valori bassi del tasso di appartenenza turistica la Basilicata (5,41%), la Liguria (5,30%), il Molise (4,87%), l'Umbria (3,61%). A chiudere la classifica del tasso di appartenenza turistica regionale è, infine, la Valle d'Aosta i cui circa 11 mila turisti identitari pesano soltanto per l'1,27% sul totale dell'universo dei viaggiatori valdostani.

Dopo il lockdown dovuto al Covid-19 il turismo ripartirà come negli anni Cinquanta e Sessanta, grazie alla domanda interna e a spostamenti di prossimità, non oltre i 400 chilometri, ma a una condizione: “Bisognerà rivedere al ribasso i prezzi dell'offerta turistica”. Ne è convinto l'economista Giovanni Battista Dagnino, presidente del corso di laurea in Economia e management del campus di Palermo della Lumsa, che sempre alle agenzie di stampa fornisce la sua ricetta per il settore turistico: “I lunghi spostamenti saranno complicati ed è normale che a ripartire, in questa prima fase, sarà soprattutto il turismo di vicinanza”.

In alcune località come San Vito Lo Capo, perla del turismo in Sicilia occidentale, si sta già guardando alla ripresa puntando su un brand sicurezza che possa rassicurare i visitatori dopo la grande paura del Covid-19: “Sarà importante puntare sulla sicurezza attrezzando i luoghi di vacanza ma anche assicurando ai visitatori strutture sanitarie in grado di prestare soccorso qualora ce ne fosse bisogno”.

Per Dagnino, però², la ripartenza del turismo attraverso i flussi interni comporterà la necessità di abbassare le pretese economiche da parte degli operatori: “i turisti internazionali avevano un grosso valore aggiunto e se verranno sostituiti dalla domanda nazionale è chiaro che bisognerà rivedere l'offerta turistica – sostiene – altrimenti non riusciremo a compensare i flussi. Sarà inevitabile ridurre i prezzi: con quelli attuali non ce la faremo. Non possiamo pretendere che l'offerta dedicata al

Coronavirus, la fase 3 e la grande incognita del turismo

turismo internazionale venga riproposta tale e quale ai turisti italiani, non funzionerebbe”.

L’obiettivo della sicurezza

Un’altra analisi arriva da Gianluca Casagrande, professore associato di geografia, vicecoordinatore in turismo e valorizzazione del territorio all’università Europea di Roma e direttore scientifico del Greal (Geographic research and application laboratory).

“Quando si potrà cominciare – afferma – a uscire e a viaggiare, non si potrà presto tornare a farlo nel modo a cui eravamo abituati.

Se riusciremo ad andare in vacanza, dovremo continuare a seguire misure di distanziamento sociale, profilassi, contenimento dei rischi. All’atto pratico, quindi, probabilmente si attiveranno prima strutture e servizi turistici che riusciranno a garantire quei requisiti. Per i mezzi di trasporto, invece, bisognerà ricorrere a misure di adattamento dei servizi attuali, tenendo conto che alcune sono più¹ facili da organizzare di altre: ne è¹ un esempio la riflessione che si sta facendo in questi giorni su come rendere più¹ sicuro il trasporto pubblico urbano”.

“La tutela della salute – continua Casagrande – rimarrà il primo obiettivo. Ci vorrà comunque tempo prima che si possa tornare attivi con un business turistico a regime. Una variabile che bisognerà tenere nel giusto conto, poi, è¹ quella di eventuali ‘zone rosse’ da stabilire, nelle prime fasi della ripresa, se dovessero manifestarsi focolai. Se, ad esempio, ad essere chiusa fosse una zona turistica, questo creerebbe ovvie e improvvise interruzioni nei flussi. Si potrebbero creare problemi non indifferenti”.

Repubblica, Davide Banfo

Covid-19 e intelligence economica. I rischi della recessione da Nord a Sud

Covid-19 e intelligence economica. I rischi della recessione da Nord a Sud

Luigi Barberio e Roberto Macheda James Bond

Il rischio di forte recessione economica ha evidenti implicazioni negative sull'occupazione e potrebbe rendere travolgenti le spinte secessioniste e all'autonomia differenziata

Nel 2019 la crescita dell'economia mondiale ha subito un significativo rallentamento, facendo registrare un incremento di appena il 3% rispetto al 2018. Ciò è stato determinato principalmente dalla situazione geo-economica caratterizzata dalla 'guerra dei dazi'. Una dinamica che, verosimilmente, ha contribuito a consolidare la tendenza al reshoring, che potrebbe determinare processi di de-globalizzazione, invertendo il trend, globalista, finora in atto. In questo quadro s'innesta l'emergenza Covid-19.

Prima in Europa, l'Italia ha introdotto rigide misure di contenimento, con il blocco delle attività socio-economiche, che hanno determinato interruzioni lungo le catene del valore globali.

Secondo le stime del Fondo Monetario Internazionale l'economia italiana sarà tra le più deboli al mondo. Al netto dei correttivi nel 2020, la decrescita del Pil italiano si attesterà intorno al -9,1% (quint'ultimi su 149 Paesi). Peggio dell'Italia, su scala globale, si attesteranno solo la Grecia (-10%); il Libano (-12%); il Venezuela (-15%) e Macao (-29,6). Mentre la Gran Bretagna registrerà -6,5%, la Germania -7%, la Francia -7,2% e la Spagna -8%. Secondo le stime sviluppate da Svimez, un mese di lockdown comporta la riduzione di quasi 48 miliardi di euro del Pil italiano, pari al 3,1%. La suddivisione territoriale della perdita sarebbe: 37 miliardi al Centro Nord e circa 10 nel Sud. Nelle stime di contrazione economica, non è quantificata la vasta area del sommerso che incide, secondo i dati dell'Eurispes, per circa 540 miliardi di euro annui sul Pil ufficiale nazionale. La perdita di produttività implica che i lavoratori dovranno affrontare una diminuzione del reddito con un inevitabile aumento della povertà profonda e delle disuguaglianze in tutti gli ambiti.

Nel Mezzogiorno, a causa della stratificazione di più crisi nel corso del tempo, l'emergenza sanitaria acuisce un contesto di fragilità sociale pregressa. Basti ricordare che, secondo Demoskopika, le regioni del Sud hanno gli indici di performance sanitaria più bassa in Italia.

Nel Nord le tre regioni maggiormente colpite dall'epidemia, ovvero Lombardia, Emilia Romagna e Veneto, potrebbero perdere in valore assoluto circa il 3,6% del Prodotto Interno Lordo Italiano pari al 40% della perdita prevista del 9,1 su scala nazionale, con effetti devastanti sul tessuto economico e sociale di tutto il Paese. Il rischio di forte recessione economica ha evidenti implicazioni negative sull'occupazione e potrebbe rendere travolgenti le spinte secessioniste e all'autonomia differenziata. Tendenza analoga e parallela rispetto a quella che si manifesta relativamente all'uscita dell'Italia dall'Unione Europea.

In tema di policy si propongono interventi economici anticiclici, con una visione di lungo respiro, investimenti pubblici e privati (project financing) in infrastrutture fisiche e tecnologiche con snellimento delle procedure ed immediata cantierizzazione delle opere già progettate, oltre che il sostegno tempestivo a famiglie e imprese, in termini di sostegno al reddito per le prime, incentivi a fondo perduto per gli investimenti aziendali ed immediato smobilizzo dei crediti verso la Pa per le seconde. Infatti, la velocità d'intervento diviene il fattore critico di successo di qualsiasi politica economica emergenziale. In fine le 'Fasi due e Tre' dovranno prevedere l'estensione delle misure di sostegno ai settori economici che avranno bisogno di più tempo per la ripartenza come turismo e servizi collegati.

In tale ottica, a fronte di procedure burocratiche più snelle, le attività di intelligence economica diventano una parte rilevante delle attività dell'intelligence istituzionale, da sviluppare in modo accentuato.

(Sesto estratto di un'analisi più ampia realizzata dalla Socint. La prima parte, le ragioni dello studio, si può leggere qui; la seconda, gli aspetti politici, qui; la terza, gli aspetti industriali e della piccola e media impresa, qui; la quarta, sugli aspetti scientifici, qui; la quinta sul sistema scolastico, qui)

La ricerca, curata dal Presidente della Socint Mario Caligiuri, Direttore del Laboratorio sull'Intelligence dell'Università della Calabria, è stata redatta da Mario Caligiuri (Ricaduta Politica – Il problema pedagogico) e dai ricercatori Roberto Macheda (Ricaduta Economica), Francesco Napoli (Ricaduta Industriale – Piccola e Media Impresa), Luigi Barberio (Ricaduta Economica – Ricaduta Industriale) e Luigi Rucco (Ricaduta Scientifica – Problema pedagogico).

Covid-19 e intelligence economica. I rischi della recessione da Nord a Sud



a cura dell'ufficio stampa

RIPARTIAMO DALLA MONTAGNA

Il settore turismo è in piena sofferenza. Ma dalla montagna arrivano segnali positivi e concreti. In attesa di risposte, per partire sul serio

anna pugliese giornalista

Scrivi all'autore | Pubblicato il 27 Aprile 2020

L'ha confermato anche la riunione straordinaria del G20 dedicata al turismo di venerdì 24 aprile: il settore dei viaggi è tra i più colpiti, economicamente, dal Covid-19. I dati dell'Organizzazione per lo sviluppo economico sugli effetti della pandemia sono un bollettino di guerra: per il 2020 è previsto una diminuzione del turismo mondiale tra il 45 e il 70%, con 75 milioni di posti di lavoro a rischio.

L'Italia, il dream country, è in prima linea. Per ripartire si punta forte sul turismo di prossimità e la meta più semplice pare la montagna. Perché gli spazi sono più ampi, mantenere le distanze sarà più facile. Perché l'aria è più sana, come confermano gli pneumologi: i medici dell'Associazione dei malati in ossigenoterapia e ventilazione la considerano una vera e propria cura, per tutti. Però anche lassù qualcosa deve cambiare. Abbiamo ancora tutti negli occhi le immagini dell'affollamento sulla neve del 7-8 marzo, l'ultimo week end di apertura. Ressa agli impianti, nei rifugi, in pista, file ovunque.

Una recente indagine di Demoskopica ha fatto i conti in tasca alle regioni italiane: per il Trentino Alto-Adige, ad esempio, che propone un turismo quasi esclusivamente montano, si prospetta un calo di 13,5 milioni di presenze, con una contrazione della spesa turistica pari a circa 1,3 miliardi di euro. "Una stima per difetto se si considera che il calcolo del calo della spesa e dei flussi turistici, relativo alla sola componente italiana, è circoscritto esclusivamente al periodo pasquale e ai mesi più tradizionali del periodo estivo: luglio e agosto, ipotizzando uno scenario di graduale ripresa a partire dal prossimo mese di giugno", precisa Demoskopica.

Nei consorzi e negli enti turistici si sta già lavorando, con la volontà di mantenere il contatto con gli ospiti tradizionali e di creare interesse in chi non potrà andare all'estero.

"Immaginiamo il viaggio futuro come una ricerca di esperienze autentiche, contraddistinto dalla necessità di essere ospitati dalla natura". E' questa la ricetta che propone Erwin Hinteregger, Direttore Generale IDM, il facilitatore di sviluppo economico dell'Alto Adige. "Puntiamo su un territorio preservato con cura da chi lo abita, su persone che mantengono vivi usi, costumi e tradizioni, su piccole realtà ed imprese familiari che lavorano per migliorare la qualità dei loro prodotti e servizi, che ambiscono ad un'innovazione sostenibile. È questo il futuro del turismo in Alto Adige", sostiene. Simile l'approccio di Trentino Marketing. Il loro ufficio stampa fa sapere che natura e outdoor saranno al centro della proposta turistica estiva. Sempre con la massima attenzione alla sicurezza per tutti.

Ma in pratica, quali saranno le difficoltà? "Sono fiduciosa, le nostre attività potrebbero ripartire senza grossi problemi", commenta Anna Torretta, alpinista e guida alpina a Courmayeur. "Il 23 aprile si è tenuto il consiglio nazionale dell'Associazione guide alpine italiane che, in accordo con la Società italiana di medicina di montagna, ha concordato delle linee guida, inviate al Governo e alle Regioni per la ripresa dell'attività", spiega la Torretta, una delle 1129 guide attive sul territorio nazionale. "Siamo sempre all'aria aperta, con gruppi piccoli, calibrati sulla difficoltà dell'attività. Sul Bianco, ad esempio, si sale con uno o due clienti. Nella Vallée Blanche, con gli sci, siamo al massimo in 6, ma le distanze qui si mantengono facilmente. Servirà buon senso, ma nessuno di noi si vuole ammalare, staremo attenti. Però per far ripartire la montagna anche la nostra presenza è fondamentale. Spero che potremo muoverci senza essere soffocati dalla burocrazia: arrampicare con i guanti sarebbe ridicolo, ci disinfetteremo le mani prima e dopo e ci copriremo naso e bocca, si tratta di scelte di buon senso", aggiunge. I problemi potrebbero crearsi in funivia. "Possiamo evitarle e comunque le società degli impianti di risalita stanno attendendo le direttive per poter riaprire, scaglionando gli accessi in modo sicuro", aggiunge.

Sarà un po' più complesso per gli accompagnatori di media montagna e le guide escursionistiche e naturalistiche, che si occupano di trekking. Quindi con gruppi in media di 10, 15 persone. "Siamo stati i primi a smettere, saremo tra gli ultimi a ripartire", commenta Fabrizio Vago, membro del Collegio veneto degli accompagnatori di media montagna. "Sto mantenendo i contatti con i clienti, organizzando il lavoro futuro. Considero il 2020 come un anno sabbatico, per riprendere attendiamo protocolli precisi, sia sulla nostra professione che sulla possibilità di accedere ai rifugi. C'era chi prospettava, per noi, un'estate dedicata al campeggio libero, con i nostri clienti. Ma non è ecologicamente sostenibile: noi vogliamo tutelare la montagna. Attendiamo quindi risposte concrete e reali per portare i nostri gruppi, magari piccoli, in quota" spiega.

Sono in attesa anche i rifugisti. Il Club Alpino Italiano, proprietario di circa 800 tra rifugi e bivacchi, in tutta Italia, ha stanziato un milione di euro per affrontare l'emergenza. "Pur essendo vero che possono esserci difficoltà a riaprire i rifugi, soprattutto

RIPARTIAMO DALLA MONTAGNA

quelli di alta quota, deve essere chiaro che il Cai si è attivato e sta lavorando per scongiurare questa ipotesi", commenta Antonio Montani, vicepresidente e responsabile del settore rifugi Cai. "Faremo di tutto, sia intervenendo nelle sedi istituzionali, sia mettendo a disposizione delle nostre sezioni e dei rifugisti tutte le risorse disponibili per poter contribuire alla riapertura", aggiunge. Gli fa eco Roberta Silva, gestrice del rifugio Roda De Vael sul Catinaccio, in Val di Fassa. "Siamo presidi di montagna, vogliamo esserci per mantenere la montagna fruibile, viva. E' davvero importante. Noi siamo già attivi, in un confronto costante con la Provincia di Trento e la Società Alpinisti Tridentini. Attendiamo le norme igienico sanitarie: saranno fondamentali per capire come ripartire". Attendono, ormai nemmeno più tanto pazientemente, anche gli albergatori e i ristoratori d'alta quota. "Contiamo di poter ricominciare a lavorare a metà giugno, ma abbiamo bisogno di sapere, al più presto, come prepararci. Come sanificare le stanze e gli ambienti comuni, come far accedere le persone ai bar e ai ristoranti, come gestire i centri benessere. E' fondamentale per essere pronti ad accogliere gli ospiti, per calibrare spese e investimenti", commenta Paola Schneider, presidente di Federalberghi Friuli Venezia Giulia, albergatrice a 1300 metri di quota. Ci sono già prenotazioni? "Da luglio in poi sì, prima solo disdette. Agli stranieri abbiamo restituito la caparra, con gli altri abbiamo concordato nuove date. Contiamo di creare dei pacchetti dedicati al relax, al godersi l'ambiente prendendosi cura di sé, con passeggiate nei boschi, bici, lezioni di yoga, una cucina sempre più dedicata al territorio. Ci pare che sia un modo per coccolare al meglio i clienti, in sicurezza, e, al tempo stesso, per rispettare il nostro mondo, offrendo una montagna autentica", aggiunge. Gli alberghi diffusi paiono la struttura ideale per ospitare i turisti post Covid-19. Si tratta di appartamenti in immobili diversi, in un unico territorio. Un po' casa e un po' albergo, quindi, con una reception unica, che fornisce servizi. Ma godendosi la riservatezza, e la distanza sociale, nel proprio alloggio. Sono una sessantina, in tutta Italia, prevalentemente in montagna e in campagna. "Siamo già in ballo: mancano gli stranieri, ma abbiamo tante chiamate da clienti nuovi che prenotano anche per periodi lunghi", spiega Sandra Varaschin, consigliere d'amministrazione e responsabile marketing dell'Albergo diffuso di Sauris (Ud), il primo nato in Italia. "Metà alloggi sarebbero già pieni il 2 giugno, chi ha disdetto ha ricevuto un voucher per posticipare il periodo di ferie, anche al 2021. Vogliamo proporre esperienze indimenticabili, offrendo momenti di vero svago dopo questo periodo così difficile. E vogliamo rendere la nostra struttura sempre più eco- friendly, snella e digitalizzata, per check in e check out veloci, in modo da evitare assembramenti e attese. L'incognita più grande al momento è la sanificazione, vedremo come dovremo organizzarci", aggiunge.

Intanto il climatologo Luca Mercalli, che in montagna ci vive stabilmente, lancia una proposta. Semplice. Perché è un dato di fatto che le ondate di calore aumenteranno, perché sempre più persone vorranno salire di quota per scampare all'afa e alle temperature insopportabili. Abbiamo paesi di montagna invasi da edifici degli anni Sessanta e Settanta da riqualificare o addirittura da ricostruire, puntando sulla bioedilizia. Ci sono villaggi antichi, in abbandono, da recuperare e trasformare, puntando a un modello di sostenibilità ambientale. Come quello di cui racconta sul suo sito, in home page <http://www.lucamercalli.it>. La montagna del futuro, non solo a livello turistico, è da ripensare. E l'emergenza Covid-19 può essere un'ottima occasione per uno stravolgimento totale, in versione green.

Leggi altri articoli su "VACANZE"

Torna alla Home Page di Estreme Conseguenze

Clicca qui per iscriverti al gruppo Whatsapp di Estreme Conseguenze

Clicca qui per iscriverti al canale Telegram di Estreme Conseguenze

RIPARTIAMO DALLA MONTAGNA



**QUESTO CONTENUTO È COMPLETAMENTE
GRATUITO**

**GARANTIRE L'ACCESSO LIBERO, FREE,
ALL'INFORMAZIONE GIORNALISTICA È IL NOSTRO
MODO DI COMBATTERE IL COVID19, OFFRENDO IL
NOSTRO LAVORO SENZA FARLO PAGARE**

**TUTTI I GIORNALISTI E I TECNICI CHE LAVORANO A
ESTREMECONSEGUENZE.IT, LO STANNO FACENDO
A TITOLO COMPLETAMENTE GRATUITO.**

**È COSÌ DAL FEBBRAIO 2020, SOLO AL TERMINE
DELL'EMERGENZA TORNEREMO LEGGIBILI SOLO
IN ABBONAMENTO.**

a cura dell'ufficio stampa

COVID, CTIM:

"CAMPAGNA PER IL CONSUMO DI MADE IN ITALY NEL MONDO.

Aprile 27, 2020

TURISMO E' NOSTRA COCCARDA DA APPUNTARE AL PETTO"

Campagna per il consumo di prodotti made in Italy, situazione dei connazionali ancora bloccati all'estero, iniziative benefiche e di solidarietà da avviare nei focolai più colpiti, calendario dei lavori del Cgie.

Si è tenuto in web conferenza il Consiglio Direttivo del CTIM (Comitato Tricolore per gli Italiani nel Mondo), allargato al Presidente del Comites New York, tarato sull'emergenza pandemia e con l'obiettivo di mettere a punto un tritico di strategie per l'immediato.

Il Ctim si sta adoperando per offrire il proprio contributo al rimpatrio dei connazionali, come i 50mila giovani italiani che lavoravano a New York in bar, ristoranti e pizzerie e che al momento versano in gravi difficoltà economiche. Purtroppo da NY parte un solo volo al giorno per l'Italia con circa 90 posti disponibili su 200 totali, per via delle distanze di sicurezza. In questa direzione negli Usa il Ctim sta lavorando anche a sostegno della petizione online della giornalista del Tg1, Patrizia Angelini, al fine di supportare questo disagio. Per questa ragione negli Usa dovrebbe essere aperto un conto corrente ad hoc per raccogliere fondi da destinare all'emergenza, anche diretti alle esigenze dei nosocomi italiani.

Il Consiglio Direttivo ha anche ricordato il poliziotto Marco Di Franco, italiano di origine, da 21 anni in servizio al Chicago Police Department che ha perso la vita dopo aver contratto il Covid19 e ha strutturato una campagna tra i connazionali e le comunità di italiani nel mondo rivolta al consumo dei prodotti italiani.

"Ci aspetta, non solo in Italia, una Fase 2 densa di impegni e di attenzioni da raddoppiare - recita una nota del Direttivo - pensiamo all'eventualità, che potrebbe diventare contingenza oggettiva, che gli italiani trascorrono le vacanze nel Belpaese così da sostenere il turismo nostrano in un momento di emergenza: un gettito, quantificato secondo i ricercatori di Demoskopica in 278 milioni di presenze, che potrebbe spingere non poco l'Italia, dal momento che il turismo è la nostra coccarda da appuntare al petto con orgoglio e determinazione. A questo proposito il CTIM ha rivolto un appello agli italiani nel mondo, anche per sostenere materialmente l'acquisto ed il consumo di prodotti made in Italy nei cinque continenti. Un impulso immediato e pragmatico alla filiera tricolore più che mai bisognosa di stimoli e misure straordinarie".

Press office CTIM

Informazione equidistante ed imparziale, che offre voce a tutte le fonti di informazione

a cura dell'ufficio stampa

IL CTIM LANCIA LA "CAMPAGNA PER IL CONSUMO DI MADE IN ITALY NEL MONDO"

ROMA\ aise\ - Si è tenuto in web conferenza il Consiglio Direttivo del CTIM - Comitato Tricolore per gli Italiani nel Mondo, allargato al Presidente del Comites New York, tarato sull'emergenza pandemia e con l'obiettivo di mettere a punto un tritico di strategie per l'immediato.

Il Ctim si sta adoperando per offrire il proprio contributo al rimpatrio dei connazionali, come i 50mila giovani italiani che lavoravano a New York in bar, ristoranti e pizzerie e che al momento versano in gravi difficoltà economiche. "Purtroppo, - riporta il Ctim - da NY parte un solo volo al giorno per l'Italia con circa 90 posti disponibili su 200 totali, per via delle distanze di sicurezza". In questa direzione, negli Usa il Ctim sta lavorando anche a sostegno della petizione online della giornalista del Tg1, Patrizia Angelini, al fine di "supportare questo disagio". Per questa ragione, annuncia il Ctim, "negli Usa dovrebbe essere aperto un conto corrente ad hoc per raccogliere fondi da destinare all'emergenza, anche diretti alle esigenze dei nosocomi italiani".

Il Consiglio Direttivo ha anche ricordato il poliziotto Marco Di Franco, italiano di origine, da 21 anni in servizio al Chicago Police Department che ha perso la vita dopo aver contratto il Covid19 e ha strutturato una campagna tra i connazionali e le comunità di italiani nel mondo rivolta al consumo dei prodotti italiani.

"Ci aspetta, non solo in Italia, una Fase 2 densa di impegni e di attenzioni da raddoppiare - si legge nella nota del Direttivo - pensiamo all'eventualità, che potrebbe diventare contingenza oggettiva, che gli italiani trascorrono le vacanze nel Belpaese così da sostenere il turismo nostrano in un momento di emergenza: un gettito, quantificato secondo i ricercatori di Demoskopica in 278 milioni di presenze, che potrebbe spingere non poco l'Italia, dal momento che il turismo è la nostra coccarda da appuntare al petto con orgoglio e determinazione. A questo proposito il CTIM ha rivolto un appello agli italiani nel mondo, anche per sostenere materialmente l'acquisto ed il consumo di prodotti made in Italy nei cinque continenti. Un impulso immediato e pragmatico alla filiera tricolore più che mai bisognosa di stimoli e misure straordinarie". (aise)

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, Ctim: Campagna per il consumo di made in Italy nel mondo 11:52 27/4/2020 Leggi tutto»

Coronavirus, Ctim: Campagna per il consumo di made in Italy nel mondo

Si è tenuto in web conferenza il Consiglio Direttivo del CTIM (Comitato Tricolore per gli Italiani nel Mondo), allargato al Presidente del Comites New York, tarato sull'emergenza pandemia e con l'obiettivo di mettere a punto un trittico di strategie per l'immediato. "Il Ctim - si legge in una nota - si sta adoperando per offrire il proprio contributo al rimpatrio dei connazionali, come i 50mila giovani italiani che lavoravano a New York in bar, ristoranti e pizzerie e che al momento versano in gravi difficoltà economiche. Purtroppo da NY parte un solo volo al giorno per l'Italia con circa 90 posti disponibili su 200 totali, per via delle distanze di sicurezza. In questa direzione negli Usa il Ctim sta lavorando anche a sostegno della petizione online della giornalista del Tg1, Patrizia Angelini, al fine di supportare questo disagio. Per questa ragione negli Usa dovrebbe essere aperto un conto corrente ad hoc per raccogliere fondi da destinare all'emergenza, anche diretti alle esigenze dei nosocomi italiani". Il Consiglio Direttivo ha anche ricordato il poliziotto Marco Di Franco, italiano di origine, da 21 anni in servizio al Chicago Police Department che ha perso la vita dopo aver contratto il Covid19 e ha strutturato una campagna tra i connazionali e le comunità di italiani nel mondo rivolta al consumo dei prodotti italiani.

"Ci aspetta, non solo in Italia, una Fase 2 densa di impegni e di attenzioni da raddoppiare - recita una nota del Direttivo - pensiamo all'eventualità, che potrebbe diventare contingenza oggettiva, che gli italiani trascorrono le vacanze nel Belpaese così da sostenere il turismo nostrano in un momento di emergenza: un gettito, quantificato secondo i ricercatori di Demoskopica in 278 milioni di presenze, che potrebbe spingere non poco l'Italia, dal momento che il turismo è la nostra coccarda da appuntare al petto con orgoglio e determinazione. A questo proposito il CTIM ha rivolto un appello agli italiani nel mondo, anche per sostenere materialmente l'acquisto ed il consumo di prodotti made in Italy nei cinque continenti. Un impulso immediato e pragmatico alla filiera tricolore più che mai bisognosa di stimoli e misure straordinarie". (red - 27 apr)

(© 9Colonne - citare la fonte)

a cura dell'ufficio stampa

Bonus viaggi in Italia: 500 euro a famiglia, come funziona

Il Governo sta studiando un piano importante per fornire supporto al settore del turismo in Italia e stimolare domanda e offerta interna. Ecco le misure proposte, dal bonus viaggi da 500 Euro a famiglia fino alla campagna "Cura Italia".

Bonus viaggi in Italia

Tariffe

Very 4,99 per nuovi numeri

4.99 e./mese 30GB

A causa dell'emergenza Coronavirus, in uno dei settori più di punta in Italia le perdite saranno davvero consistenti: quello del turismo su tutta la penisola, che fino ad oggi rappresentava il 14,9% (2342, miliardi di Euro) del PIL nazionale. A questo proposito, il Governo è al lavoro per elaborare un piano strategico che consenta di incentivare i viaggi di piacere degli Italiani su tutto il territorio nazionale.

Il piano è costruito da diversi elementi, che includono ma non si fermano al bonus viaggi in Italia da 500 Euro a famiglia. In questo articolo approfondiamo come funziona il bonus e descriviamo le altre importanti misure che il Governo sta studiando in questo momento.

Parleremo dunque anche delle detrazioni fiscali proposte, sia per quanto riguarda le spese sostenute dalle famiglie per soggiorni di almeno tre notti, sia per quelle delle imprese che dovranno sostenere i costi necessari all'adeguamento sanitario delle proprie strutture ricettive. Non tralasciamo nemmeno la campagna "Viaggio in Italia", pensata per incoraggiare i cittadini italiani a viaggiare entro i confini nazionali, superando il negativo effetto psicologico del lockdown di questi ultimi mesi. Infine, anche all'interno del cosiddetto decreto Cura Italia, entrato in vigore lo scorso 17 marzo, erano già stati previsti voucher da utilizzare per il rimborso delle cancellazioni di viaggi, pacchetti turistici e soggiorni presso alberghi e strutture ricettive.

Bonus viaggi in Italia

Tra le prime soluzioni proposte dal Ministro per i Beni e le Attività Culturali, Dario Franceschini, troviamo una misura pensata per il sostegno alle famiglie italiane. La misura riguarda l'assegnazione di un bonus, il cui importo dovrebbe essere sui 500 Euro, alle famiglie con figli a carico ed un reddito medio-basso che desiderano andare in vacanza e che, per farlo, si vedono obbligate a rimanere all'interno dei confini nazionali.

In ogni modo, la proposta non è ancora stata approvata e il bonus stesso potrebbe quindi risultare più sostanzioso oppure non venire erogato affatto. I 500 Euro attuali avrebbero d'altro canto una duplice funzione: da un lato, potrebbero aiutare le famiglie italiane ad alleggerire il clima pesante di questi ultimi mesi, regalando un momento di serenità, dall'altro, sarebbero importanti per incentivare il riavvio del settore.

Alla presentazione di questa soluzione, diverse sono state le reazioni delle parti coinvolte. Per gli operatori del settore, la misura non è sufficiente se confrontata con l'entità della crisi che si sta affrontando. Una delle rivendicazioni principali da parte degli addetti ai lavori sarebbe piuttosto quella di mettere in campo misure strutturali molto più forti, offrendo un sostegno direttamente alle imprese. Questa richiesta è resa ancora più impellente dal fatto che non è prevista ancora una data sicura dopo la quale di potrà riprendere a viaggiare, come dicono con dichiarazioni simili il Presidente di Assoturismo Confesercenti Vittorio Messina, la Presidente vicaria di Federturismo Marina Lalli e la vice presidente dell'Associazione italiana Confindustria Alberghi Maria Carmela Colaiacovo.

Il bonus viaggi è stato invece accolto positivamente dalle parti politiche, in particolare dall'asse Pd-Italia Viva, durante l'incontro di qualche giorno fa tra il Sottosegretario di Stato Lorenza Bonaccorsi e gli assessori regionali per il Turismo, avvenuto in vista del prossimo decreto del mese di aprile. In merito al bonus, sono stati discussi inoltre la portata potenziale, la durata e le modalità di erogazione, verificando eventuali strette collaborazioni con le iniziative regionali. Si tratta comunque di una soluzione ancora tutta da definire.

Detrazioni fiscali vacanze 2020

Al pari del bonus viaggi, una delle alternative proposte dal tavolo di lavoro dedicato al turismo messo in piedi dal Governo è quella di una serie di detrazioni fiscali sulle spese del 2020 per soggiorni di almeno tre notti presso strutture ricettive presenti in Italia. Per ora, queste detrazioni sarebbero comunque sottoposte ad un tetto massimo di 325 Euro.

Altre detrazioni fiscali sono quelle proposte da Federbaltnerari, che afferma la necessità di offrire un tax credit del 75% nell'arco di tempo di due anni per effettuare la detrazione immediata delle spese sostenute dalle aziende per la sanificazione e disinfezione dei locali, delle attrezzature e dei beni strumentali. Anche in questo caso, sarebbe previsto un tetto massimo pari a 30 mila Euro.

a cura dell'ufficio stampa

Bonus viaggi in Italia: 500 euro a famiglia, come funziona

Campagna "Viaggio in Italia"

Per incentivare il turismo da parte degli Italiani all'interno del proprio stesso Paese, un'altra iniziativa già approvata sarà quella della campagna di comunicazione "Viaggio in Italia", come già annunciato dal Presidente del Consiglio dei Ministri Giuseppe Conte.

La campagna farebbe leva sulla bellezza del patrimonio culturale e naturalistico dell'Italia e, come afferma Raffaele Rio, Presidente di Demoskopika, vuole in parte risolvere il problema del lockdown psicologico dei cittadini: la loro paura di muoversi. In questa direzione vanno anche le misure atte a supportare i sistemi regionali per ripensare le attività turistiche nel rispetto delle linee igienico-sanitarie di sicurezza e focalizzando l'attenzione su tre categorie di viaggiatori autoctoni. Si tratta degli "identitari", ovvero i turisti italiani che scelgono anche in tempi normali di trascorrere il proprio tempo libero all'interno della propria regione di appartenenza, gli "esterofili", cioè coloro che preferiscono superare i confini nazionali e passare le proprie vacanze all'estero, e infine i "nazionalisti", cioè quel segmento di popolazione che decide di trascorrere le giornate libere fuori dalla propria regione di appartenenza, seppur rimanendo all'interno dei confini nazionali.

Secondo i dati di Demoskopika, tra le regioni per le quali si calcola una percentuale di appartenenza turistica più alta, ovvero con prevalenza di viaggiatori di tipo "identitario", si trovano la Sicilia (40,59% sul totale dei turisti), Sardegna (29,06%) e Campania (26,03%). Significativi anche i numeri di Lombardia, per la quale si arriva ad una percentuale del 21,37% di turisti "identitari", Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%).

La campagna per incoraggiare il turismo di tipo identitario e nazionalista assume una rilevanza ancora maggiore quando si scopre che questo movimento potrebbe generare fino a 21 miliardi di Euro, compensando quindi circa il 30% delle perdite dovute alla mancanza di turismo proveniente dai Paesi esteri.

Decreto Cura Italia per il turismo

Il cosiddetto decreto Cura Italia, il decreto legge entrato in vigore il 17 marzo, è un pacchetto di misure dedicate in modo particolare per rafforzare il sistema sanitario, ma anche fornire supporto e sostentamento a famiglie, lavoratori e imprese coinvolti nell'emergenza sanitaria provocata dal passaggio del Coronavirus. Tra i sussidi immediati ci sono anche soluzioni per i settori colpiti per primi e in modo più profondo, come quelli del turismo, dello spettacolo e della cultura.

Entrando più nel dettaglio, l'azione più importante prevista dal decreto Cura Italia e mirata al settore del turismo sono i voucher di rimborso per i viaggi e pacchetti annullati, oltre che per i contratti di soggiorno presso alberghi e altre strutture ricettive, anch'essi cancellati a seguito dell'emergenza sanitaria in atto.

Settore turismo in Italia e Coronavirus

Federbalneari ha calcolato che i danni provocati dal Coronavirus sul settore del turismo in Italia siano pari a circa 30 miliardi di Euro. Inoltre, a questa somma vanno aggiunti i costi che le imprese dovranno sostenere per soddisfare le misure igienico-sanitarie indicate dalla legge. Per le sole imprese attive nell'ambito delle concessioni demaniali marittime, si parla di circa 360 milioni di Euro per la prossima stagione, pari a circa 12 mila Euro in media per impresa.

Naturalmente, si tratta di un fenomeno che ha travolto il 96% delle mete turistiche a livello globale, nonostante l'Italia sia purtroppo uno dei Paesi che è stato colpito con più forza e in anticipo rispetto a molti altri. Le regioni che più stanno risentendo di questa ondata sono Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna, Lazio e Trentino Alto-Adige. Al momento, non resta quindi alle imprese del settore che studiare strategie di comunicazione, promozione e fidelizzazione per non perdere l'occasione di rimanere in contatto con i propri clienti.

Ecco alcune delle risorse che il settore del turismo sta adoperando per superare la crisi e mettere in campo nuovi piani e programmi per affrontare il futuro:

BTO 2020 - acronimo di Buy Tourism Online, si tratta di un evento annuale dedicato a tutto ciò che riguarda l'innovazione nel settore. L'edizione 2020 ha posto l'accento sul concetto di destinazione e di come questo stesso concetto stia subendo una profonda trasformazione. Tutti i dibattiti sono disponibili sulla piattaforma web dell'evento; webinar di Roberta Garibaldi - docente universitaria di Tourism Management presso l'Università di Bergamo, Garibaldi offre una serie di webinar completamente gratuiti dedicati al turismo enogastronomico, coinvolgendo esperti e professionisti del settore; Travel Appeal - si tratta di un pacchetto di webinar, eventi di formazioni in streaming e contenuti di approfondimento su blog offerti gratuitamente ai professionisti del settore; Booking Blog - portale con oltre 12 mila iscritti dedicato al mondo dell'hotellerie e alla promozione turistica attraverso i canali della comunicazione digitale. È diventato un punto di riferimento in quanto regala importanti spunti di riflessione e momenti di interazione con esperti di social media marketing e web reputation.

Annunci Google

a cura dell'ufficio stampa

Bonus viaggi in Italia: 500 euro a famiglia, come funziona



**SCOPRI L' ASSICURAZIONE
AUTO ONLINE DI GENERTEL**



**ACQUISTI
DA CASA**



**SOCCORSO
STRADALE**



MOBILE



**ACCANTO
A TE**

FAI IL PREVENTIVO

Generatel S.p.A. è una società del Gruppo Generali. La presente comunicazione è finalizzata al collocamento di contratti assicurativi. Prima della sottoscrizione leggere il set informativo su www.generatel.it

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, turismo in ginocchio: le strategie per salvarlo

Coronavirus, turismo in ginocchio: le strategie per salvarlo

30 milioni di turisti in meno fino a maggio, e una perdita del 60% da qui a fine 2020: cosa fare per risollevare il settore editato in: 2020-04-26T13:19:53+02:00 da

26 aprile 2020

Lo ha detto anche il premier Giuseppe Conte: il settore turistico è tra i più colpiti in assoluto dalla crisi coronavirus. La limitazione dei movimenti ha provocato un crollo verticale in uno dei settori più redditizi per l'economia italiana, stimato da Confturismo e Confindustria in 30 milioni di turisti italiani e stranieri fino maggio. Che significa quasi 90 milioni di presenze in meno nelle strutture ricettive turistiche, oltre che di consumi nei ristoranti e nei pubblici esercizi, nello shopping, nei trasporti locali, nelle visite guidate.

Le perdite stimate

Cifre rilevanti, considerando poi che il settore genera circa 200 miliardi di volume d'affari complessivo, direttamente e indirettamente: e le previsioni meno pessimistiche indicano una perdita nell'ordine del 60% da qui a fine anno, mentre sono totalmente fermi i viaggi degli Italiani all'estero, che avrebbero dovuto essere 22,5 milioni.

Quanto si può compensare con il turismo locale

Quella del turismo, insomma, è certamente una delle incognite più pesanti che ci presenta questa fase, ma rappresenta, contemporaneamente, un'opportunità. Secondo una ricerca di Demoskopika, infatti, il flusso turistico autoctono potrebbe compensare per almeno il 30% le mancate presenze di turisti stranieri, che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze.

Sicurezza

Uno dei problemi è indubbiamente quello della sicurezza. Hanno fatto scalpore le immagini degli ombrelloni suddivisi dal plexiglas, a rappresentare uno dei tanti scenari che potrebbero attendere gli italiani al ritorno in spiaggia. Ma indipendentemente dalla fattibilità (e sostenibilità ambientale) di quella particolare soluzione, di certo bisognerà prevedere la riqualificazione e costante sanificazione dei servizi come cabine, sdraio e docce. Bisognerà immaginare anche infrastrutture adeguate a mantenere il distanziamento delle persone in spiaggia.

Le categorie di turisti italiani da accontentare

Ma secondo il presidente di Demoskopika Raffaele Rio, il primo ostacolo per il settore turistico sarà trovare il modo per superare "il lockdown psicologico", la paura dei cittadini di spostarsi. Per questo, il centro di ricerca ritiene importante che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza, "concentrando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera"; e "i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza".

Turismo di prossimità

Bisognerà insomma valorizzare il turismo a "chilometro zero", oltre ai "luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti meravigliosi borghi presenti nei nostri territori". Servirà anche una "costante condivisione tra i vari livelli istituzionali per scongiurare che l'inevitabile competizione che scoppierà tra i sistemi turistici regionali possa generare livelli qualitativamente discriminanti alimentando offerte di serie A e di serie B".

E se l'offerta turistica dovrà necessariamente, in una prima fase, puntare sulla prossimità, per Demoskopika saranno premiati quei sistemi turistici locali che più degli altri saranno in grado di trattenere i rispettivi "mercati autoctoni", convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei vari servizi ricettivi della propria Regione di appartenenza. E parlando proprio di "appartenenza turistica", in testa svettano la Sardegna, con il 39,54%, e la Sicilia, con il 35,66%. Ma anche Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%) hanno un tasso notevole di appartenenza turistica.

Flussi e benefici del turismo autoctono

Il beneficio complessivo, misurato in termini di spesa turistica, generato dai cosiddetti "turisti autoctoni" sarebbe pari a 20,6 miliardi: 5 miliardi in dote agli "esterofili", 3,5 miliardi provenienti dal gruppo degli "identitari" e, la parte più consistente; pari a 12,1 miliardi in quota ai cosiddetti turisti "nazionalisti". La metà, pari a 9,8 miliardi di euro, sarebbe a beneficio di quattro sistemi turistici regionali: Lombardia con 2,9 miliardi di euro, Veneto con 2,5 miliardi di euro, Emilia-Romagna con 2,3 miliardi di euro e Lazio con 2,1 miliardi di euro.

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus, turismo in ginocchio: le strategie per salvarlo

Ogni anno, sono circa 85 milioni i flussi turistici degli italiani: se 21,1 milioni prediligono le vacanze all'estero, ben 49,2 milioni scelgono di trascorrere le vacanze in Italia, ma non nella loro regione di residenza. 14,6 milioni, invece, ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive. Sono questi, insomma, i movimenti su cui puntare nella prossima stagione per "salvare" il turismo.

a cura dell'ufficio stampa

La Liguria perde un milione di turisti a causa dell'emergenza Coronavirus

domenica 26 aprile 2020

GENOVA - Quasi un milione di arrivi in meno, un calo di poco superiore al 20%, in fumo circa 600 milioni di spesa turistica. Le stime elaborate da Demoskopica sulla base dei dati Istat e della Banca d'Italia fotografano bene come il Coronavirus rappresenti per il settore turistico anche in Liguria una vera e propria Caporetto economica a causa dei danni provocati dalla pandemia. Una situazione allarmante condivisa a valori diversi in tutto il Paese.

Nel 2020 infatti l'emergenza Coronavirus potrebbe bruciare 18 miliardi di spesa turistica: 9,2 miliardi per la contrazione dell'incoming e 8,8 miliardi per la rinuncia alla vacanza degli italiani. E tutto sommato alla Liguria andrebbe meno peggio che ad altre regioni dove le perdite è previsto raggiungano anche il 23%. La stima della contrazione è stata ottenuta sommando il dato relativo alla flessione della spesa sia dei turisti stranieri che di quelli italiani valida per i mesi di lockdown e l'estate considerando una ripartenza graduale a giugno.

Il turismo è uno dei settori trainanti dell'economia regionale della Liguria e rappresenta circa l'8% del Pil regionale con un giro economico di circa 4 miliardi. In questi anni in Regione si è puntato molto sulla crescita dell'intero comparto capace di dare lavoro a operatori fissi e stagionali e se per primi le difficoltà sono notevoli per i secondi gli ingressi sono pari a zero in questi primi mesi. In tutto il settore ci sono circa 20 mila addetti. Solo in Liguria sono infatti presenti circa 14.700 attività legate a servizi di alloggio e ristorazione che svolgono un ruolo fondamentale nell'offerta dei servizi ricercati dai turisti che scelgono il mare, l'entroterra e le bellezze storico-paesaggistiche della Liguria. L'emergenza Coronavirus ha già fatto letteralmente bruciare i ricavi previsti dai weekend di Pasqua e quelli del 25 aprile e del Primo maggio. Ma la preoccupazione ora è rivolta soprattutto a quello che accadrà nei prossimi mesi.

I dati delle presenze turistiche negli ultimi anni è stato in aumento, nonostante le conseguenze del crollo di ponte Morandi e il maltempo che ha colpito la regione. Il 2019 ha visto l'arrivo di 4.830.398 (+1,46% rispetto al 2018) e la presenza complessiva di 15.095.751 turisti (-0,66%). Di questi 2.624.083 sono italiani mentre 2.206.315 rappresentano la quota di stranieri. Per quanto riguarda il dato delle presenze si è avuto 8.994.181 di italiani e 6.151.570 di stranieri. L'emergenza Coronavirus per quanto riguarda il comparto turistico sta facendo e farà sentire le sue conseguenze soprattutto su alberghi e strutture ricettive in generale, agenzia di viaggio, ristorazione, autonoleggi e anche trasporti marittimi e ferroviari. Andando ad analizzare i dati complessivi a livello territoriale, la Liguria risulta essere la regione più esposta nei settori della filiera in termini di incidenza sul fatturato complessivo (13,9%). Senza considerare quella porzione di economia nascosta legata a bed end breakfast irregolari ma che contribuiscono ad alimentare l'economia e soprattutto le spese. Anche sotto questo profilo la perdita andrà a incidere. "Il 50% in meno dell'anno scorso sarebbe già un buon risultato. Speriamo che a fine maggio la situazione si stabilizzi e da giugno si possa ricominciare a lavorare" Americo Pilati, presidente di Federalalberghi Liguria mostra la sua preoccupazione per la situazione che si sta vivendo in riferimento al suo settore. "E' un momento terribile, teniamo duro. La preoccupazione va a tutti i dipendenti, pensiamo ad esempio agli stagionali che sono fermi da ottobre" prosegue Pilati. A pesare sulla Liguria anche l'obbligato stop al settore crocieristico con le principali compagnie che hanno sospeso tutte le crociere. La buona notizia è che due su tre appassionati di crociere risaliranno a bordo una volta superata l'emergenza Coronavirus. Lo rileva un'indagine a campione di Risposte Turismo.

Hanno risposto sì, invece, confermando di aver cambiato intenzione gli intervistati che hanno sostenuto di non ritenere più la crociera una vacanza sicura (il 22,9% dell'84,1% del campione), coloro che hanno motivato il loro cambiamento di decisione con ragioni di disponibilità economica (il 7,0%) e quelli che hanno affermato di non avere più ferie disponibili (il 5,8%).

Allargando lo sguardo i numeri ci dicono che nei primi tre mesi di quest'anno i passeggeri dei traghetti sono stati 116mila (-12,6%) e i passeggeri delle crociere 97mila (-33,1%). A marzo 2020 i passeggeri dei traghetti transitati nello scalo portuale genovese sono stati 14mila e i crocieristi 8mila, con flessioni rispettivamente del -70,0% e del -89,0%.

A livello nazionale si lavora per mettere a punto un pacchetto di misure a sostegno di tutto il turismo italiano. Provvedimenti che dovrebbero prendere forma all'interno del cosiddetto 'decreto Aprile'. Tra le misure allo studio c'è quella di un bonus vacanze. L'ipotesi, prevista dal ministro per i Beni e le attività culturali e per il turismo Dario Franceschini, prevede un sostegno per le persone con figli a carico e con un reddito medio basso che quest'estate vorrebbero andare in vacanza. Questo voucher, il cui importo dovrebbe essere di 500 euro a famiglia, andrebbe utilizzato in alberghi e stabilimenti balneari italiani. Ma non solo, si pensa anche a un meccanismo basato sulla detrazione fiscale delle spese del 2020 per soggiorni di almeno tre notti presso strutture ricettive italiane, fino a un massimo di 325 euro. E poi ancora una massiccia campagna pubblicitaria per favorire il turismo interno. Secondo gli studi di Demoskopica un italiano su tre questa estate rinuncerà alla vacanza ma due terzi invece

La Liguria perde un milione di turisti a causa dell'emergenza Coronavirus

sono pronti a godere di qualche giorno. In Liguria l'obiettivo, aspettando di conoscere misure a livello nazionale e internazionale è quello di attirare anche se sarà possibile anche i turisti vicini, francesi e svizzeri in cima alla classifica.

In Regione Liguria si lavora a misure ad hoc per cercare di salvare la stagione, o almeno di limitare i danni. Già data da alcuni giorni la possibilità per i gestori dei locali e attività di mettersi al lavoro con tutte le operazioni propedeutiche per preparare la stagione. Negli scorsi giorni è stato sottoscritto tra Regione, associazioni datoriali e sindacati un accordo per l'erogazione di bonus assunzionali alle imprese del settore del turismo. All'interno dell'accordo un sostegno straordinario all'occupazione nel settore. A disposizione poco più di 6 milioni di euro a valere sul Por-Fse 2014-2020, suddivisi in diverse misure destinate a imprese e lavoratori. Le imprese possono accedere a bonus assunzionali così definiti: 3.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo determinato, anche a scopo di somministrazione, di durata non inferiore a 4 mesi; 4.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo determinato, anche a scopo di somministrazione, di durata uguale o superiore a 5 mesi; 6.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo indeterminato, anche a seguito di trasformazione di precedente contratto a tempo determinato. Per questa misura la dotazione finanziaria è di 2,4 milioni di euro.

Per i lavoratori l'accordo invece prevede una linea di intervento denominata Smart@ttivo, per chi si trova in stato di disoccupazione e che rischia di non essere avviati al lavoro in tempi rapidi, al fine di dare un supporto in caso di prolungata assenza di lavoro, attraverso due tipologie di percorso: percorso integrato di politica attiva del lavoro e formazione fruibile a distanza, combinato con misure di sostegno al reddito sotto forma di indennità di partecipazione mensile di 500 euro al mese per un massimo di 5 mesi, con possibilità di richiedere un voucher ICT per acquisto o noleggio di tecnologie informatiche o traffico dati internet necessari per la fruizione dei moduli di formazione a distanza; percorso di formazione in smart-training che, in sostituzione della modalità ordinaria del tirocinio on the job di cui alla DGR 1186/2017, limitatamente al periodo di emergenza e per attività confacenti all'attuazione in forma agile, consenta di avviare esperienze formative con tutoraggio aziendale a distanza e la redazione di progetti formativi individuali (Pfi) che prevedano l'utilizzo di adeguate tecnologie messe a disposizione del tirocinante dall'azienda ospitante. Anche questo percorso prevede indennità di partecipazione di 500 euro al mese per un massimo di 5 mesi.

L'assessore al Turismo di Regione Liguria Gianni Berrino spiega: "All'inizio della settimana prossima, in accordo col presidente Toti, sarà convocato un primo tavolo di confronto con le categorie per la cosiddetta 'Fase 2'. Le regole e le limitazioni per forza di cose ci saranno ma dovranno essere di buon senso, non comportare spese esagerate e limiti insostenibili permettendo agli esercenti di lavorare e ai clienti di godere al meglio del loro aperitivo, della loro cena o della loro vacanza - prosegue l'assessore - In questa prima fase dell'emergenza la priorità è stata, ed è ancora, cercare di garantire il sostentamento dei lavoratori e delle aziende. La cassa in deroga, il bonus per le partite Iva e per gli stagionali non riassunti sono una prima parziale risposta".

Approfondimenti

Fa a pezzi il corpo della madre, sul cadavere segni di impiccagione

Coronavirus, Pastorino (LeU): "Il ministro Speranza intervenga con nuovi ospedali"

Genova e 25 aprile, Nicola: "Onore a mio nonno Giovanni, decorato al valore"

Coronavirus, in Liguria via libera alle attività sportive a ogni ora

Video

Fa a pezzi il corpo della madre, sul cadavere segni di impiccagione

Coronavirus, in vista della fase 2 nuove misure per bar e ristoranti a Savona



a cura dell'ufficio stampa

La Liguria perde un milione di turisti a causa dell'emergenza Coronavirus



a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus la Caporetto del turismo, in Liguria perso un milione di visitatori

domenica 26 aprile 2020

GENOVA - Quasi un milione di arrivi in meno, un calo di poco superiore al 20%, in fumo circa 600 milioni di spesa turistica. Le stime elaborate da Demoskopica sulla base dei dati Istat e della Banca d'Italia fotografano bene come il Coronavirus rappresenti per il settore turistico anche in Liguria una vera e propria Caporetto economica. Una situazione allarmante condivisa a valori diversi in tutto il Paese.

Nel 2020 infatti l'emergenza Coronavirus potrebbe bruciare 18 miliardi di spesa turistica: 9,2 miliardi per la contrazione dell'incoming e 8,8 miliardi per la rinuncia alla vacanza degli italiani. E tutto sommato alla Liguria andrebbe meno peggio che ad altre regioni dove le perdite è previsto raggiungano anche il 23%. La stima della contrazione è stata ottenuta sommando il dato relativo alla flessione della spesa sia dei turisti stranieri che di quelli italiani valida per i mesi di lockdown e l'estate considerando una ripartenza graduale a giugno.

Il turismo è uno dei settori trainanti dell'economia regionale della Liguria e rappresenta circa l'8% del Pil regionale con un giro economico di circa 4 miliardi. In questi anni in Regione si è puntato molto sulla crescita dell'intero comparto capace di dare lavoro a operatori fissi e stagionali e se per primi le difficoltà sono notevoli per i secondi gli ingressi sono pari a zero in questi primi mesi. In tutto il settore ci sono circa 20 mila addetti. Solo in Liguria sono infatti presenti circa 14.700 attività legate a servizi di alloggio e ristorazione che svolgono un ruolo fondamentale nell'offerta dei servizi ricercati dai turisti che scelgono il mare, l'entroterra e le bellezze storico-paesaggistiche della Liguria. L'emergenza Coronavirus ha già fatto letteralmente bruciato i ricavi previsti dai weekend di Pasqua e quelli del 25 aprile e del Primo maggio. Ma la preoccupazione ora è rivolta soprattutto a quello che accadrà nei prossimi mesi.

I dati delle presenze turistiche negli ultimi anni è stato in aumento, nonostante le conseguenze del crollo di ponte Morandi e il maltempo che ha colpito la regione. Il 2019 ha visto l'arrivo di 4.830.398 (+1,46% rispetto al 2018) e la presenza complessiva di 15.095.751 turisti (-0,66%). Di questi 2.624.083 sono italiani mentre 2.206.315 rappresentano la quota di stranieri. Per quanto riguarda il dato delle presenze si è avuto 8.994.181 di italiani e 6.151.570 di stranieri. L'emergenza Coronavirus per quanto riguarda il comparto turistico sta facendo e farà sentire le sue conseguenze soprattutto su alberghi e strutture ricettive in generale, agenzia di viaggio, ristorazione, autonoleggi e anche trasporti marittimi e ferroviari. Andando ad analizzare i dati complessivi a livello territoriale, la Liguria risulta essere la regione più esposta nei settori della filiera in termini di incidenza sul fatturato complessivo (13,9%). Senza considerare quella porzione di economia nascosta legata a bed end breakfast irregolari ma che contribuiscono ad alimentare l'economia e soprattutto le spese. Anche sotto questo profilo la perdita andrà a incidere. "Il 50% in meno dell'anno scorso sarebbe già un buon risultato. Speriamo che a fine maggio la situazione si stabilizzi e da giugno si possa ricominciare a lavorare" Americo Pilati, presidente di Federalberghi Liguria mostra la sua preoccupazione per la situazione che si sta vivendo in riferimento al suo settore. "E' un momento terribile, teniamo duro. La preoccupazione va a tutti i dipendenti, pensiamo ad esempio agli stagionali che sono fermi da ottobre" prosegue Pilati. A pesare sulla Liguria anche l'obbligato stop al settore crocieristico con le principali compagnie che hanno sospeso tutte le crociere. La buona notizia è che due su tre appassionati di crociere risaliranno a bordo una volta superata l'emergenza Coronavirus. Lo rileva un'indagine a campione di Risposte Turismo.

Hanno risposto sì, invece, confermando di aver cambiato intenzione gli intervistati che hanno sostenuto di non ritenere più la crociera una vacanza sicura (il 22,9% dell'84,1% del campione), coloro che hanno motivato il loro cambiamento di decisione con ragioni di disponibilità economica (il 7,0%) e quelli che hanno affermato di non avere più ferie disponibili (il 5,8%).

Allargando lo sguardo i numeri ci dicono che nei primi tre mesi di quest'anno i passeggeri dei traghetti sono stati 116mila (-12,6%) e i passeggeri delle crociere 97mila (-33,1%). A marzo 2020 i passeggeri dei traghetti transitati nello scalo portuale genovese sono stati 14mila e i crocieristi 8mila, con flessioni rispettivamente del -70,0% e del -89,0%.

A livello nazionale si lavora per mettere a punto un pacchetto di misure a sostegno di tutto il turismo italiano. Provvedimenti che dovrebbero prendere forma all'interno del cosiddetto 'decreto Aprile'. Tra le misure allo studio c'è quella di un bonus vacanze. L'ipotesi, prevista dal ministro per i Beni e le attività culturali e per il turismo Dario Franceschini, prevede un sostegno per le persone con figli a carico e con un reddito medio basso che quest'estate vorrebbero andare in vacanza. Questo voucher, il cui importo dovrebbe essere di 500 euro a famiglia, andrebbe utilizzato in alberghi e stabilimenti balneari italiani. Ma non solo, si pensa anche a un meccanismo basato sulla detrazione fiscale delle spese del 2020 per soggiorni di almeno tre notti presso strutture ricettive italiane, fino a un massimo di 325 euro. E poi ancora una massiccia campagna pubblicitaria per favorire il turismo interno. Secondo gli studi di Demoskopica un italiano su tre questa estate rinuncerà alla vacanza ma due terzi invece

Coronavirus la Caporetto del turismo, in Liguria perso un milione di visitatori

sono pronti a godere di qualche giorno. In Liguria l'obiettivo, aspettando di conoscere misure a livello nazionale e internazionale è quello di attirare anche se sarà possibile anche i turisti vicini, francesi e svizzeri in cima alla classifica.

In Regione Liguria si lavora a misure ad hoc per cercare di salvare la stagione, o almeno di limitare i danni. Negli scorsi giorni è stato infatti sottoscritto tra Regione, associazioni datoriali e sindacati un accordo per l'erogazione di bonus assunzionali alle imprese del settore del turismo. All'interno dell'accordo un sostegno straordinario all'occupazione nel settore. A disposizione poco più di 6 milioni di euro a valere sul Por-Fse 2014-2020, suddivisi in diverse misure destinate a imprese e lavoratori. Le imprese possono accedere a bonus assunzionali così definiti: 3.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo determinato, anche a scopo di somministrazione, di durata non inferiore a 4 mesi; 4.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo determinato, anche a scopo di somministrazione, di durata uguale o superiore a 5 mesi; 6.000 euro per assunzione con contratto subordinato a tempo indeterminato, anche a seguito di trasformazione di precedente contratto a tempo determinato. Per questa misura la dotazione finanziaria è di 2,4 milioni di euro.

Per i lavoratori l'accordo invece prevede una linea di intervento denominata Smart@ttivo, per chi si trova in stato di disoccupazione e che rischia di non essere avviati al lavoro in tempi rapidi, al fine di dare un supporto in caso di prolungata assenza di lavoro, attraverso due tipologie di percorso: percorso integrato di politica attiva del lavoro e formazione fruibile a distanza, combinato con misure di sostegno al reddito sotto forma di indennità di partecipazione mensile di 500 euro al mese per un massimo di 5 mesi, con possibilità di richiedere un voucher ICT per acquisto o noleggio di tecnologie informatiche o traffico dati internet necessari per la fruizione dei moduli di formazione a distanza; percorso di formazione in smart-training che, in sostituzione della modalità ordinaria del tirocinio on the job di cui alla DGR 1186/2017, limitatamente al periodo di emergenza e per attività confacenti all'attuazione in forma agile, consenta di avviare esperienze formative con tutoraggio aziendale a distanza e la redazione di progetti formativi individuali (Pfi) che prevedano l'utilizzo di adeguate tecnologie messe a disposizione del tirocinante dall'azienda ospitante. Anche questo percorso prevede indennità di partecipazione di 500 euro al mese per un massimo di 5 mesi.

L'assessore al Turismo di Regione Liguria Gianni Berrino spiega: "All'inizio della settimana prossima, in accordo col presidente Toti, sarà convocato un primo tavolo di confronto con le categorie per la cosiddetta 'Fase 2'. Le regole e le limitazioni per forza di cose ci saranno ma dovranno essere di buon senso, non comportare spese esagerate e limiti insostenibili permettendo agli esercenti di lavorare e ai clienti di godere al meglio del loro aperitivo, della loro cena o della loro vacanza - prosegue l'assessore - In questa prima fase dell'emergenza la priorità è stata, ed è ancora, cercare di garantire il sostentamento dei lavoratori e delle aziende. La cassa in deroga, il bonus per le partite Iva e per gli stagionali non riassunti sono una prima parziale risposta".

Approfondimenti

Fa a pezzi il corpo della madre, sul cadavere segni di impiccagione

Coronavirus, Pastorino (LeU): "Il ministro Speranza intervenga con nuovi ospedali"

Genova e 25 aprile, Nicola: "Onore a mio nonno Giovanni, decorato al valore"

Coronavirus, in Liguria via libera alle attività sportive a ogni ora

Video

Fa a pezzi il corpo della madre, sul cadavere segni di impiccagione

Coronavirus, in vista della fase 2 nuove misure per bar e ristoranti a Savona



Coronavirus la Caporetto del turismo, in Liguria perso un milione di visitatori



a cura dell'ufficio stampa

Dal bonus vacanze al tax credit: ecco il piano del governo per il turismo estivo. Chi abita al mare può fare già il bagno

Andrea Carli - ilsole24ore.com |

Sab, 25/04/2020 - 20:31

Un primo pacchetto di misure a sostegno di un turismo italiano travolto dall'emergenza sanitaria del coronavirus dovrebbe prendere forma nell'ambito della manovra anti crisi, il cosiddetto "decreto Aprile" atteso a fine mese, anche se non è escluso un ulteriore slittamento a maggio. È proprio quello delle soluzioni per questo comparto in ginocchio uno dei nodi che animano in queste ore il confronto all'interno della maggioranza: l'obiettivo è individuare risorse adeguate in un contesto di coperta corta. Dal bonus vacanze al tax credit, alla campagna di comunicazione in vista della stagione estiva: sono queste le principali soluzioni allo studio del Governo.

Il chiarimento del governo: chi abita al mare può fare il bagno

Intanto il governo ha pubblicato il 25 aprile dei chiarimenti in merito ai divieti: chi abita in una località di mare può fare già adesso il bagno. «È sempre possibile svolgere l'attività motoria in prossimità della propria abitazione principale. Quindi è ammesso, per coloro che abitano in luoghi montani, collinari, lacustri, fluviali o marini effettuare tale attività in detti luoghi (compreso fare il bagno al mare/fiume/lago) purché individualmente e comunque nel rispetto della distanza di almeno un metro da ogni altra persona».

Conte annuncia un tavolo di confronto ad hoc

In occasione dell'ultima riunione in videoconferenza della cabina di regia con gli enti locali, il presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato che la prossima settimana ci sarà un tavolo di confronto ad hoc, segno che il dossier è sotto la lente di un esecutivo che a ore traccerà il piano delle riaperture per tutte le attività produttive.

Franceschini: bonus vacanze per chi ha figli a carico

La prima soluzione che si va delineando è quella di un bonus vacanze. L'ipotesi, prevista dal ministro per i Beni e le attività culturali e per il turismo Dario Franceschini, prevede un sostegno per le persone con figli a carico e con un reddito medio basso che quest'estate vorrebbero andare in vacanza. Questo voucher, il cui importo dovrebbe essere di 500 euro a famiglia (ma non si esclude una cifra più contenuta, ma a persona), andrebbe utilizzato in alberghi e stabilimenti balneari italiani. Franceschini ha annunciato un pacchetto ad hoc per sostenere cultura e turismo. Nell'incontro che ha avuto la settimana scorsa con il Sottosegretario di Stato Lorenza Bonaccorsi e gli assessori regionali per il turismo in vista del prossimo decreto di Aprile si è discusso in particolare il tema del bonus vacanze da destinare al sostegno del turismo interno, verificandone la portata, la durata e le modalità di erogazione alle famiglie e al contempo vagliando le possibili sinergie con eventuali iniziative già avviate dalle regioni a favore di soggiorni in strutture alberghiere, campeggi, stabilimenti balneari e termali. L'incontro in videoconferenza ha fornito anche l'occasione per valutare le esigenze espresse dalle regioni, quali - spiega una nota del ministero emessa al termine della riunione - «la creazione di un fondo speciale europeo dedicato al turismo e l'ammancio delle risorse derivanti dalla tassa di soggiorno, parte integrante del bilancio di molte amministrazioni comunali». Infine, Franceschini ha annunciato che una parte significativa del Recovery Fund andrà al turismo. Molti spaetti del Fondo per la ripresa, tuttavia, sono ancora da definire. I tempi per ottenere le risorse potrebbero non essere brevi.

Gli operatori: la misura non è sufficiente

La soluzione di un bonus vacanze piace anche alla ministra per le Pari opportunità e la Famiglia Elena Bonetti. In un tweet ha rilanciato la proposta del presidente dei deputati di Italia Viva Maria Elena Boschi su un bonus di 500 euro per ogni famiglia per le vacanze. Si potrebbe quindi delineare un inedito asse Pd-Italia Viva, per convincere il ministro dell'Economia Roberto Gualtieri a prevedere la misura nel testo finale del provvedimento. Gli operatori hanno messo in evidenza che il bonus vacanze, considerato il peso della crisi, non è sufficiente. Chiedono misure di sostegno diretto alle aziende o la deducibilità delle spese per le vacanze. «La proposta per favorire un periodo di vacanza va bene purché sia complementare a misure che sostengano le imprese del turismo. Il bonus, come unica soluzione, certamente non permetterà alle imprese di sopravvivere al Covid-19», ha affermato Maria Carmela Colaiacovo, vice presidente di Associazione italiana Confindustria Alberghi. «Ben venga il bonus vacanza di 500 euro per le famiglie - ha detto la presidente vicaria di Federturismo Marina Lalli - ma al turismo servono anche misure strutturali molto più forti». La misura «sarà utile nel 2021 - ha sottolineato Vittorio Messina, presidente di Assoturismo Confesercenti - : in questa fase, invece, è più opportuno concentrare le disponibilità nel sostegno delle imprese del turismo. Anche perché non sappiamo come e quando si potrà tornare a viaggiare senza restrizioni». Di «mossa populistica» ha parlato il presidente di Confturismo Confcommercio Luca Patanè.

24 aprile 2020

a cura dell'ufficio stampa

Dal bonus vacanze al tax credit: ecco il piano del governo per il turismo estivo. Chi abita al mare può fare già il bagno

Coronavirus Giuseppe Conte Molise Aprile Assoturismo Confesercenti Salva 1 Commenta FASE 2 Fase 2: dalle fabbriche ai negozi, ai bar ecco il calendario della ripartenza dal 27 aprile al 18 maggio LE MISURE ALLO STUDIO Fase 2, occhi puntati su «R con zero»: lockdown mirati se i contagi risalgono di Marzio Bartoloni

L'ipotesi di un tax credit

Un'altra ipotesi per sostenere il turismo, che potrebbe prendere forma sempre nell'ambito del decreto Aprile, è quella di un meccanismo basato sulla detrazione fiscale delle spese del 2020 per soggiorni di almeno tre notti presso strutture ricettive italiane, fino a un massimo di 325 euro. Federbalneari propone di prevedere un tax credit del 75% su base di due anni per la detraibilità immediata delle spese aziendali di sanificazione, disinfezione dei locali e delle attrezzature e beni strumentali vari per un tetto massimo di 30 mila euro.

La campagna "Viaggio in Italia"

In occasione dell'ultima cabina di regia con gli enti locali, il presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato che in vista della prossima estate lancerà la campagna "Viaggio in Italia". Se non la soluzione alla drammatica crisi che attanaglia il comparto, l'iniziativa potrebbe dare almeno una boccata d'ossigeno per imprese e operatori. Almeno stando all'indagine di Demoskopika che calcola che il turismo "nazionale" potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze. Alcune regioni potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

Resta proroga a 2033 delle concessioni balneari

A quanto si apprende, Franceschini ha proposto di inserire nel decreto Aprile una norma per fugare ogni dubbio applicativo sulla proroga delle concessioni balneari, già disposta fino al 2033. Negli scorsi mesi, infatti, alcune amministrazioni hanno disapplicato la norma introdotta a fine 2018: per fugare l'incertezza il Mibact propone la sospensione di ogni procedimento di riassegnazione o riacquisizione eventualmente avviato.

Le misure del Cura Italia

E mentre il decreto Aprile prede forma, il Cura Italia che ha ottenuto il via libera definitivo della Camera ha previsto alcune soluzioni a sostegno del settore. Tra queste l'estensione degli ammortizzatori sociali anche ai lavoratori stagionali del comparto. I rimborsi con voucher già previsti per viaggi e pacchetti turistici annullati a seguito dell'emergenza Covid-19 sono stati estesi anche ai contratti di soggiorno e riguardano pertanto anche alberghi e altre strutture ricettive.

I numeri della crisi

L'emergenza coronavirus ha travolto il turismo italiano. Il 96% delle mete del mondo, sottolinea l'Unwto, hanno imposto blocchi o restrizioni ai turisti e l'Italia è una delle più colpite. L'incertezza della situazione ha già convinto 1.830.000 italiani ad annullare i viaggi che avevano in programma nei prossimi 3 mesi, anche se la destinazione non era la Cina. Federbalneari prevede 45 milioni di turisti in meno, una perdita di 30 miliardi di euro stimata e un costo per l'adeguamento alle misure anti Covid-19 di circa 360 milioni per la prossima stagione (pari a circa 12 mila euro in media per impresa a stagione) per il solo comparto delle concessioni demaniali marittime.

Def: tasso-disoccupazione a 11,6% in 2020, più colpiti stagionali

Secondo il Def, il Documento di economia e di finanza approvato dal Governo il tasso di disoccupazione peggiorerà nel 2020 all'11,6% ed è stimato all'11% nel 2021. Sarà maggiore la contrazione dell'occupazione espressa in unità di lavoro e per ore lavorate. La crisi, secondo il documento, colpirà inevitabilmente alcune tipologie di lavoro, in particolare stagionali e dipendenti a termine - tipologie di contratti frequenti nel turismo -, mentre sarebbero meno colpiti i dipendenti fissi.

a cura dell'ufficio stampa

Covid Fase 2, ripresa legata al turismo, Raffaele Rio: "In vetta classifica Sicilia Sardegna e Campania"

Turismo fai da te, o meglio Turismo entro i confini nazionali, un gioco che per gli analisti di Demoskopika potrebbe portare nelle casse dello Stato oltre 21 miliardi di euro. In testa alla classifica delle regioni più amate la Sicilia la Sardegna e la Campania.

(Prima Pagina News) | Sabato 25 Aprile 2020

(Prima Pagina News)

Sabato 25 Aprile 2020

Roma - 25 apr 2020 (Prima Pagina News)

Turismo fai da te, o meglio Turismo entro i confini nazionali, un gioco che per gli analisti di Demoskopika potrebbe portare nelle casse dello Stato oltre 21 miliardi di euro. In testa alla classifica delle regioni più amate la Sicilia la Sardegna e la Campania.

Dove andare in vacanza nei prossimi mesi? L'analisi di Demoskopika ci spiega che per "Appartenenza turistica", : svetta la Sicilia. 41 siciliani su 10 amano la vacanza "in casa". È oramai consolidato l'orientamento secondo il quale la ripresa del turismo in Italia punterà, in una prima fase, sulla prossimità valorizzando tradizioni, peculiarità e patrimonio culturale come matrice identitaria della comunità. La scelta dei cittadini di trascorrere le vacanze all'interno del territorio di residenza, dunque, può fare la differenza, soprattutto per compensare la drastica contrazione dell'incoming turistico prevista per la stagione in corso in maniera più o meno omogenea in tutto il Belpaese. In altri termini, si va delineando il processo secondo cui saranno premiati quei sistemi turistici locali che più degli altri saranno in grado di trattenerne i rispettivi "mercati autoctoni", convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei servizi ricettivi caratterizzanti l'offerta turistica. In questa direzione, Demoskopika ha ideato il T.a.tu.r, acronimo che sta per tasso di appartenenza turistica regionale quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella regione. Tre i gruppi di turisti rilevati in coerenza con la strategia del "sasso nello stagno": gli identitari, gli esterofili, e, infine, i nazionalisti. Lo spaccato che emerge - precisa il Presidente di Demoskopika Raffaele Rio- presenta uno scenario alquanto variegato. A conquistare la vetta, infatti, è la Sicilia che, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono "consumati" in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%. Appartenenza più che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%). In un livello minore rientrano Friuli Venezia Giulia (10,93%), Abruzzo (9,25%), Marche (8,61%) e Trentino-Alto Adige (5,94%). In coda, con valori bassi del tasso di appartenenza turistica la Basilicata (5,41%), la Liguria (5,30%), il Molise (4,87%), l'Umbria (3,61%). A chiudere la classifica del tasso di appartenenza turistica regionale è, infine, la Valle d'Aosta i cui circa 11 mila turisti identitari pesano soltanto per l'1,27% sul totale dell'universo dei viaggiatori valdostani. Per gli analisti di Demoskopika il turismo autoctono può generare 84,9 milioni di arrivi e 278 milioni di presenze. Ogni anno sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni rappresentano il gruppo di coloro che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni il cluster di chi ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive. Movimenti rilevanti su cui puntare per la stagione in corso, resi ancora più evidenti dalle presenze turistiche che potrebbero generare: ben 278 milioni di cui 66,5 milioni dai turisti definiti dallo studio "esterofili", 164 milioni dal gruppo dei "nazionalisti" e, infine, 46,9 milioni dagli "identitari". I vantaggi - conclude Raffaele Rio - non sarebbero di poco conto. Se gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero quest'anno per l'Italia, le presenze potrebbero compensare la perdita dei turisti stranieri almeno del 30%, con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze e con alcune regioni che potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Prima Pagina News

a cura dell'ufficio stampa

#Covid #Fase2, ripresa legata al turismo di casa nostra, #Demoskopika calcola +21 miliardi di euro

Il presidente dell'Istituto di ricerca Demoskopika, Raffaele Rio lancia la strategia del "sasso nello stagno" per individuare i mercati nazionali da intercettare per la risalita: «Necessario garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico».

(Prima Pagina News) | Sabato 25 Aprile 2020

(Prima Pagina News)

Sabato 25 Aprile 2020

Roma - 25 apr 2020 (Prima Pagina News)

Il presidente dell'Istituto di ricerca Demoskopika, Raffaele Rio lancia la strategia del "sasso nello stagno" per individuare i mercati nazionali da intercettare per la risalita: «Necessario garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico».

Se gli italiani scegliessero di trascorrere una vacanza in Italia, tra i confini nazionali, nell'anno in corso potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi generata dagli effetti del Covid-19. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto con una spesa pari a 20,6 miliardi di euro. Un "scelta nazionalista" che potrebbe compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel Belpaese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. Sembra quasi una provocazione, e invece è la stima della spesa generata dai "turisti autoctoni" nello scenario di una vacanza in Italia nel 2020, elaborata dai sondaggisti di Demoskopika. Sicilia, Sardegna e Campania registrano il maggiore tasso di appartenenza turistica, scenario ideato da Demoskopika. Tre i gruppi di turisti "autoctoni" sui quali - secondo i ricercatori di Raffaele Rio - si gioca l'immediata partita della ripresa: gli identitari, gli esterofili e i nazionalisti ai quali, solo in un secondo tempo, si aggiungerebbero i turisti stranieri. Sicilia, Sardegna e Campania, inoltre, presentano il maggior tasso di appartenenza turistica, rapporto ideato dall'istituto di ricerca per misurare l'incidenza dei turisti che trascorrono la vacanza nella loro regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione. "Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale - dichiara il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - bisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza concentrando e tempificando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza. Si tratta - precisa Raffaele Rio - di attivare un pacchetto di interventi che non si limiti esclusivamente all'adeguamento dei prodotti tradizionali ma che valorizzi anche il turismo a "chilometro zero", i luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti meravigliosi borghi presenti nei nostri territori. Una strategia, dunque, che, come un sasso nello stagno, generi più cerchi concentrici, ognuno dei quali a rappresentare i differenti gruppi di turisti autoctoni da convincere e motivare per la scelta della destinazione più idonea. Ciò - avverte il presidente di Demoskopika - in costante condivisione tra i vari livelli istituzionali per scongiurare che l'inevitabile competizione che scoppierà tra i sistemi turistici regionali possa generare livelli qualitativamente discriminanti alimentando offerte di serie A e di serie B". (b.n.)

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Prima Pagina News

"Turismo travolto dal covid-19 e la Regione resta a guardare", la denuncia di Imma Vietri (FdI)

“Turismo travolto dal covid-19 e la Regione resta a guardare”, la denuncia di Imma Vietri (FdI)

Scritto da Tommaso D'Angelo, 25 Aprile 2020

Tweet

«Un settore trainante per l'economia campana, come quello del turismo, rischia di essere travolto dalla crisi legata al coronavirus se

gli operatori non verranno sostenuti con misure economiche adeguate e con una strategia complessiva di promozione di cui la Regione deve farsi carico». I quanto afferma Imma Vietri, dirigente di Fratelli d'Italia. Lo studio di Demoskopika pubblicato proprio in questi giorni parla del rischio di veder andare in fumo 18 miliardi di spesa in tutta Italia. Secondo gli studi di Assoturismo Confesercenti e di Cna si potrebbero raggiungere cifre ancora più¹ alte. «La Campania, a differenza di altre Regioni, ha stanziato risorse insufficienti per fronteggiare la crisi e una buona parte delle 37mila aziende che operano nell'alloggiamento e nella ristorazione non riceveranno alcun contributo», dichiara la dirigente di FdI. Infatti, secondo la denuncia dell'Abbac, l'associazione dei titoli di B&b, migliaia di microimprese turistiche e dei servizi potrebbero non aver accesso al contributo una tantum. E l'associazione di categoria fa riferimento a quei gestori di bed and breakfast e case che operano

nel rispetto della normativa di settore, ma si ritroveranno senza alcuna forma di sostegno economico per carenza di fondi o perché© non rientrano tra i possibili beneficiari in base ai particolari requisiti richiesti. «I parametri di fatturato adottati dalla Regione Campania per stabilire a chi destinare le risorse si trasformeranno, di fatto, in uno sbarramento che terrà fuori tantissime attività che pure stanno pagando le conseguenze della pandemia. Più¹ opportuno – è il parere di Imma Vietri – sarebbe stato un sistema inclusivo, che desse un sostegno a tutti coloro che sono stati realmente danneggiati dalle misure restrittive prese in conseguenza del Covid-19». Allargando il discorso alle altre attività che potranno riaprire in questi giorni, al dirigente di Fratelli d'Italia osserva come le misure adottate finiscano per penalizzare gli imprenditori anziché© aiutarli.

«Le procedure che si dovranno seguire non possono gravare sulle sole tasche degli esercenti, che fino ad ora non solo non hanno incassato nulla per via della chiusura, ma nella maggior parte dei casi non hanno ancora ricevuto alcun sostegno economico. Ecco perché© la Regione si sarebbe dovuta far carico di alcune spese, come quelle della prima sanificazione, o avrebbe dovuto far rientrare nelle attività del servizio sanitario pubblico i tamponi per il personale. Si tratta – conclude Imma Vietri – di forme concrete di aiuto, da tenere in considerazione sia in questa prima fase che in quelle future, quando potranno ripartire anche altre attività?».

"Turismo travolto dal covid-19 e la Regione resta a guardare", la denuncia di Imma Vietri (FdI)



a cura dell'ufficio stampa

Callipo alla giunta: «Sostenere al massimo il turismo ?a km zero?»

Callipo alla giunta: «Sostenere al massimo il turismo "a km zero"»

Appello del capogruppo in Consiglio regionale di "Io resto in Calabria" all'esecutivo Santelli per risollevare l'economia colpita dagli effetti del Covid: «Subito gruppi di lavoro dedicati ad ogni comparto del settore»

24 aprile 2020, 13:11

REGGIO CALABRIA «Lo dico da tempo: solo i calabresi possono salvare la Calabria. Possiamo e dobbiamo fare di tutto perché dall'emergenza Coronavirus venga fuori una regione migliore, consapevole delle proprie potenzialità e pronta ad aiutare se stessa». È quanto dichiara Pippo Callipo, capogruppo di "Io resto in Calabria" in Consiglio regionale. «È purtroppo concreto il rischio - aggiunge - che il nostro tessuto economico, già di per sé fragile, subisca ora un colpo devastante. Il turismo è uno dei comparti che maggiormente patirà le conseguenze del lockdown e, anche quando i blocchi verranno gradualmente rimossi, ci sarà da affrontare la comprensibile paura delle persone a spostarsi. Credo però che ogni crisi debba essere trasformata in opportunità e, in questo senso, i dati diffusi da Demoskopika nelle scorse ore forniscono un'utilissima chiave di lettura per l'immediato futuro».

«Secondo l'istituto di ricerca - prosegue Callipo - se i calabresi quest'anno scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria si potrebbero generare circa 7,5 milioni di presenze, per un beneficio quantificabile in una spesa di 343 milioni di euro a favore del comparto turistico. La Regione deve, a mio avviso, cogliere subito questa prospettiva e cercare di sostenere il turismo "a km zero" con incentivi economici e campagne di comunicazione mirate. Tutto, preliminarmente, deve passare da un Piano di riapertura del turismo che va predisposto tenendo conto delle direttive che arriveranno a breve dal governo per la "fase 2"».

«Ma è necessario farsi trovare pronti - aggiunge il capogruppo di IRIC - e per questo mi appello alla Giunta regionale: si creino dei gruppi di lavoro dedicati ad ogni comparto del settore (alberghiero ed extra-alberghiero, agenzie di viaggio, tour operator, stabilimenti balneari, ristorazione, musei e luoghi di cultura), si istituisca un coordinamento snello guidato dall'assessore al ramo e si avvii subito il confronto per pianificare e mettere in atto una strategia di ripartenza».

«Bisogna partire dai numeri, dai dati a disposizione sui target e dalle possibili misure di sostegno per non far morire le imprese e per aiutarle a rialzarsi. Bisogna avere e infondere fiducia. La comunicazione in questo può essere decisiva quanto gli aiuti economici. Questo maledetto virus - conclude Callipo - ha causato troppe vittime ma non ha sporcato la nostra vera, grande ricchezza, ha lasciato intatta la bellezza della Calabria. È il momento di riscoprirla».



a cura dell'ufficio stampa

Per chi dopo il covid 19 soggiorerà per 3 notti in Sicilia, una sarà gratis

Nella grande crisi originata dal coronavirus uno dei settori più colpiti è il turismo. La Sicilia, destinazione vacanziera per eccellenza, è tra quelle che soffre di più e che sarà colpita in modo più deciso soprattutto in vista delle vacanze estive. La campagna "Viaggio in Italia" promossa dal governo cerca di attenuare i contraccolpi del lockdown e punta a generare con il turismo nazionale, secondo l'indagine di Demoskopica, un giro da 21 miliardi di euro grazie a presenze che vengono calcolate in 278 milioni. La Sicilia vuole entrare a pieno titolo in questo mercato e ha preparato 600.000 pacchetti turistici che regalerà una notte gratis ai turisti che soggioreranno almeno per 3 notti in Sicilia. L'assessorato al Turismo vuole investire 50 milioni per cercare di dare subito liquidità alle imprese per dare un minimo di ristoro ad agenzie di viaggio, operatori turistici ed in genere a tutta la filiera. Dice l'assessore Manlio Messina: "Il fondo - verrà utilizzato da subito mentre servizi e pacchetti saranno immessi sul mercato quando riterremo che si potrà viaggiare. Potrebbe essere già a luglio-agosto oppure per favorire la destagionalizzazione e quindi da ottobre".

Uno dei punti fondamentali da risolvere, tuttavia, per una regione periferica è il sistema dei trasporti. Il blocco dei collegamenti aerei e la loro difficile ripartenza anche a causa delle restrizioni che verranno imposte dalle compagnie rischia di limitare i flussi turistici per chi vorrà raggiungere la Sicilia da regioni lontane. Bisognerà dunque pensare al più presto a riattivare le tratte più gettonate e riaprire gli aeroporti. Attualmente Comiso e Trapani sono chiusi e non si sa quando potranno riaprire e gli aeroporti di Catania e Palermo hanno avuto un calo del 90 per cento del traffico e nei transiti di passeggeri. Investire in pacchetti turistici senza pensare ai trasporti rischia di vanificare il tutto e soprattutto di non dare ossigeno ad un comparto investito pesantemente dalla crisi.

a cura dell'ufficio stampa

Callipo: "Incentivi al turismo a km zero, solo i calabresi possono salvare la Calabria"

«Lo dico da tempo: solo i calabresi possono salvare la Calabria. Possiamo e dobbiamo fare di tutto perché dall'emergenza Coronavirus venga fuori una regione migliore, consapevole delle proprie potenzialità e pronta ad aiutare se stessa». È quanto dichiara Pippo Callipo, capogruppo di "Io resto in Calabria" in Consiglio regionale, che aggiunge: «È purtroppo concreto il rischio che il nostro tessuto economico, già di per sé fragile, subisca ora un colpo devastante. Il turismo è uno dei comparti che maggiormente patirà le conseguenze del lockdown e, anche quando i blocchi verranno gradualmente rimossi, ci sarà da affrontare la comprensibile paura delle persone a spostarsi. Credo però che ogni crisi debba essere trasformata in opportunità e, in questo senso, i dati diffusi da Demoskopika nelle scorse ore forniscono un'utilissima chiave di lettura per l'immediato futuro». «Secondo l'istituto di ricerca - prosegue Callipo - se i calabresi quest'anno scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria si potrebbero generare circa 7,5 milioni di presenze, per un beneficio quantificabile in una spesa di 343 milioni di euro a favore del comparto turistico. La Regione deve, a mio avviso, cogliere subito questa prospettiva e cercare di sostenere il turismo "a km zero" con incentivi economici e campagne di comunicazione mirate. Tutto, preliminarmente, deve passare da un Piano di riapertura del turismo che va predisposto tenendo conto delle direttive che arriveranno a breve dal governo per la "fase 2". Ma è necessario farsi trovare pronti - aggiunge il capogruppo di IRIC - e per questo mi appello alla Giunta regionale: si creino dei gruppi di lavoro dedicati ad ogni comparto del settore (alberghiero ed extra-alberghiero, agenzie di viaggio, tour operator, stabilimenti balneari, ristorazione, musei e luoghi di cultura), si istituisca un coordinamento snello guidato dall'assessore al ramo e si avvii subito il confronto per pianificare e mettere in atto una strategia di ripartenza». «Bisogna partire dai numeri, dai dati a disposizione sui target e dalle possibili misure di sostegno per non far morire le imprese e per aiutarle a rialzarsi. Bisogna avere e infondere fiducia. La comunicazione in questo può essere decisiva quanto gli aiuti economici. Questo maledetto virus - conclude Callipo - ha causato troppe vittime ma non ha sporcato la nostra vera, grande ricchezza, ha lasciato intatta la bellezza della Calabria. È il momento di riscoprirla».

Turismo a chilometro zero: Sicilia, Sardegna e Campania le più amate

L'acronimo è T.a.tu.r, che sta per 'tasso di appartenenza turistica regionale'. A idearlo è Demoskopika, che ha voluto tracciare il rapporto tra i turisti che trascorrono la propria vacanza nella regione di residenza e il totale dei vacanzieri di quella regione.

Pubblicità

In vista della fine del lockdown e con una sufficiente disponibilità economica, gli italiani - un po' per i vincoli sanitari e un po' per le difficoltà di trasporto - preferiranno trascorrere le proprie vacanze all'interno dei confini della Penisola, magari restando nel loro stesso territorio.

A conquistare la vetta delle regioni preferite è la Sicilia, si legge su Hotelmag, dove su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti in un anno ben 1,3 milioni di sono consumati in territorio siciliano. A seguire la Sardegna e la Campania, rispettivamente con il 29 e il 26,6% del tasso di appartenenza turistica. Percentuali più che significative anche per Lombardia (21,4%), Puglia (20,5%) e Veneto, mentre è intermedia la posizione del Piemonte (con un tasso del 18,2%), della Calabria (18,8%) e del Veneto (19,9%).

Un turismo autoctono che potrebbe arrivare a generare una spesa turistica complessiva di 20,6 miliardi di euro per un totale di 84,9 milioni di arrivi e 278 milioni di presenze.

Se gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero quest'anno per l'Italia, secondo l'analisi di Demoskopika le presenze potrebbero compensare la perdita dei turisti stranieri almeno del 30%, con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326mila presenze. Alcune regioni, poi, potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione, come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

Ma come catturare tutti questi turisti generalmente orientati verso mete estere? "Si tratta - spiega Raffaele Rio, presidente dell'istituto - di attivare un pacchetto di interventi che non si limiti esclusivamente all'adeguamento dei prodotti tradizionali, ma che valorizzi anche il turismo a chilometro zero, i luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti borghi presenti nei nostri territori. Una strategia che, come un sasso nello stagno, generi più cerchi concentrici, ognuno dei quali a rappresentare i differenti gruppi di turisti autoctoni da convincere e motivare per la scelta della destinazione più idonea".

Fase 2 in Calabria, Callipo: "Bisogna ripartire dal turismo"

«Lo dico da tempo: solo i calabresi possono salvare la Calabria. Possiamo e dobbiamo fare di tutto perché dall'emergenza Coronavirus venga fuori una regione migliore, consapevole delle proprie potenzialità e pronta ad aiutare se stessa». È quanto dichiara Pippo Callipo, capogruppo di "Io resto in Calabria" in Consiglio regionale, che aggiunge: «È purtroppo concreto il rischio che il nostro tessuto economico, già di per sé fragile, subisca ora un colpo devastante. Il turismo è uno dei comparti che maggiormente patirà le conseguenze del lockdown e, anche quando i blocchi verranno gradualmente rimossi, ci sarà da affrontare la comprensibile paura delle persone a spostarsi. Credo però che ogni crisi debba essere trasformata in opportunità e, in questo senso, i dati diffusi da Demoskopika nelle scorse ore forniscono un'utilissima chiave di lettura per l'immediato futuro. Secondo l'istituto di ricerca - prosegue Callipo - se i calabresi quest'anno scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria si potrebbero generare circa 7,5 milioni di presenze, per un beneficio quantificabile in una spesa di 343 milioni di euro a favore del comparto turistico.

La Regione deve, a mio avviso, cogliere subito questa prospettiva e cercare di sostenere il turismo "a km zero" con incentivi economici e campagne di comunicazione mirate. Tutto, preliminarmente, deve passare da un Piano di riapertura del turismo che va predisposto tenendo conto delle direttive che arriveranno a breve dal governo per la "fase 2". Ma è necessario farsi trovare pronti - aggiunge il capogruppo di IRIC - e per questo mi appello alla Giunta regionale: si creino dei gruppi di lavoro dedicati ad ogni comparto del settore (alberghiero ed extra-alberghiero, agenzie di viaggio, tour operator, stabilimenti balneari, ristorazione, musei e luoghi di cultura), si istituisca un coordinamento snello guidato dall'assessore al ramo e si avvii subito il confronto per pianificare e mettere in atto una strategia di ripartenza».

Per Callipo, «bisogna partire dai numeri, dai dati a disposizione sui target e dalle possibili misure di sostegno per non far morire le imprese e per aiutarle a rialzarsi. Bisogna avere e infondere fiducia. La comunicazione in questo può essere decisiva quanto gli aiuti economici. Questo maledetto virus - conclude Callipo - ha causato troppe vittime ma non ha sporcato la nostra vera, grande ricchezza, ha lasciato intatta la bellezza della Calabria. È il momento di riscoprirla».

Redazione Calabria



Fase 2 in Calabria, Callipo: "Bisogna ripartire dal turismo"



a cura dell'ufficio stampa

Dal bonus vacanze al tax credit, alla Campagna «Viaggio in Italia» il piano del governo per il turismo estivo

Il presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato che la prossima settimana ci sarà un tavolo di confronto ad hoc, segno che il dossier è sotto la lente di un esecutivo che a ore tratterà il piano delle riaperture per tutte le attività produttive di Andrea Carli

Coronavirus, ecco gli incentivi per le imprese che si preparano alla fase 2

4 di lettura

Un primo pacchetto di misure a sostegno di un turismo italiano travolto dall'emergenza sanitaria del coronavirus dovrebbe prendere forma nell'ambito della manovra anti crisi, il cosiddetto "decreto Aprile" atteso a fine mese, anche se non è escluso un ulteriore slittamento a maggio. È proprio quello delle soluzioni per questo comparto in ginocchio uno dei nodi che animano in queste ore il confronto all'interno della maggioranza: l'obiettivo è individuare risorse adeguate in un contesto di coperta corta. Dal bonus vacanze al tax credit, alla campagna di comunicazione in vista della stagione estiva: sono queste le principali soluzioni allo studio del Governo.

Fase 2: dalle fabbriche ai negozi, ai bar ecco il calendario della ripartenza dal 27 aprile al 18 maggio

Scopri di più

Conte annuncia un tavolo di confronto ad hoc

In occasione dell'ultima riunione in videoconferenza della cabina di regia con gli enti locali, il presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato che la prossima settimana ci sarà un tavolo di confronto ad hoc, segno che il dossier è sotto la lente di un esecutivo che a ore tratterà il piano delle riaperture per tutte le attività produttive.

Franceschini: presto misure per il comparto

La prima soluzione che si va delineando è quella di un bonus vacanze. Il ministro per i Beni e le attività culturali e per il turismo Dario Franceschini ha annunciato un pacchetto ad hoc per sostenere cultura e turismo. Nell'incontro che ha avuto la settimana scorsa con il Sottosegretario di Stato Lorenza Bonaccorsi e gli assessori regionali per il turismo in vista del prossimo decreto di Aprile si è discusso in particolare il tema del bonus vacanze da destinare al sostegno del turismo interno, verificandone la portata, la durata e le modalità di erogazione alle famiglie e al contempo vagliando le possibili sinergie con eventuali iniziative già avviate dalle regioni a favore di soggiorni in strutture alberghiere, campeggi, stabilimenti balneari e termali. L'incontro in videoconferenza ha fornito anche l'occasione per valutare le esigenze espresse dalle regioni, quali - spiega una nota del ministero emessa al termine della riunione - «la creazione di un fondo speciale europeo dedicato al turismo e l'ammanto delle risorse derivanti dalla tassa di soggiorno, parte integrante del bilancio di molte amministrazioni comunali».

Fase 2, occhi puntati su «R con zero»: lockdown mirati se i contagi risalgono

Scopri di più

Bonus vacanze da 500 euro

La soluzione di un bonus vacanze piace anche alla ministra per le Pari opportunità e la Famiglia Elena Bonetti. In un tweet la ministra ha rilanciato la proposta del presidente dei deputati di Italia Viva Maria Elena Boschi su un bonus di 500 euro per ogni famiglia per le vacanze. Si potrebbe delineare un inedito asse Pd-Italia Viva, per convincere il ministro dell'Economia Roberto Gualtieri a prevedere la misura nel testo finale del provvedimento. Gli operatori hanno messo in evidenza che il bonus vacanze, considerato il peso della crisi, non è sufficiente. Chiedono misure di sostegno diretto alle aziende o la deducibilità delle spese per le vacanze. «La proposta per favorire un periodo di vacanza va bene purché sia complementare a misure che sostengano le imprese del turismo. Il bonus, come unica soluzione, certamente non permetterà alle imprese di sopravvivere al Covid-19», ha affermato Maria Carmela Colaiacovo, vice presidente di Associazione italiana Confindustria Alberghi. «Ben venga il bonus vacanza di 500 euro per le famiglie - ha detto la presidente vicaria di Federturismo Marina Lalli - ma al turismo servono anche misure strutturali molto più forti». La misura «sarà utile nel 2021 - ha sottolineato Vittorio Messina, presidente di Assoturismo Confesercenti - : in questa fase, invece, è più opportuno concentrare le disponibilità nel sostegno delle imprese del turismo. Anche perché non sappiamo come e quando si potrà tornare a viaggiare senza restrizioni». Di «mossa populistica» ha parlato il presidente di Confturismo Confcommercio Luca Patanè.

L'ipotesi di un tax credit

Un'altra ipotesi per sostenere il turismo, che potrebbe prendere forma sempre nell'ambito del decreto Aprile, è quella di un meccanismo basato sulla detrazione fiscale delle spese del 2020 per soggiorni di almeno tre notti presso strutture ricettive italiane, fino a un massimo di 325 euro. Federbalneari propone di prevedere un tax credit del 75% su base di due anni per la detraibilità immediata delle spese aziendali di sanificazione, disinfezione dei locali e delle attrezzature e beni strumentali vari

a cura dell'ufficio stampa

Dal bonus vacanze al tax credit, alla Campagna «Viaggio in Italia» il piano del governo per il turismo estivo

per un tetto massimo di 30mila euro.

24 aprile 2020

Fase 2: dalle fabbriche ai negozi, ai bar ecco il calendario della ripartenza dal 27 aprile al 18 maggio
le misure allo studio

Fase 2, occhi puntati su «R con zero»: lockdown mirati se i contagi risalgono
di Marzio Bartoloni

La campagna "Viaggio in Italia"

In occasione dell'ultima cabina di regia con gli enti locali, il presidente del Consiglio Giuseppe Conte ha annunciato che in vista della prossima estate lancerà la campagna "Viaggio in Italia". Se non la soluzione alla drammatica crisi che attanaglia il comparto, l'iniziativa potrebbe dare almeno una boccata d'ossigeno per imprese e operatori. Almeno stando all'indagine di Demoskopika che calcola che il turismo "nazionale" potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze. Alcune regioni potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

Le misure del Cura Italia

Il decreto Cura Italia che si appresta a ottenere il via libera definitivo della Camera ha previsto alcune soluzioni a sostegno del settore. Tra queste l'estensione degli ammortizzatori sociali anche ai lavoratori stagionali del comparto. I rimborsi con voucher già previsti per viaggi e pacchetti turistici annullati a seguito dell'emergenza Covid-19 sono stati estesi anche ai contratti di soggiorno e riguardano pertanto anche alberghi e altre strutture ricettive.

I numeri della crisi

L'emergenza coronavirus ha travolto il turismo italiano. Il 96% delle mete del mondo, sottolinea l'Unwto, hanno imposto blocchi o restrizioni ai turisti e l'Italia è una delle più colpite. L'incertezza della situazione ha già convinto 1.830.000 italiani ad annullare i viaggi che avevano in programma nei prossimi 3 mesi, anche se la destinazione non era la Cina. Federbalneari prevede 45 milioni di turisti in meno, una perdita di 30 miliardi di euro stimata e un costo per l'adeguamento alle misure anti Covid-19 di circa 360 milioni per la prossima stagione (pari a circa 12mila euro in media per impresa a stagione) per il solo comparto delle concessioni demaniali marittime.

Per approfondire:

? Turismo, arrivano le offerte «predatorie» sugli alberghi vuoti

? Il turismo dopo la quarantena: istruzioni per farsi trovare pronti

Riproduzione riservata ©

Estate 2020: a caccia di borghi e luoghi ameni

Il turismo sarà giocoforza di prossimità con tante incognite: se un piccolo borgo non è attrezzato per ospitare tante persone potrebbe rischiare di diventare un nuovo focolaio di contagio. Per questo serviranno organizzazione e procedure soprattutto ad agosto

di Gianni Rusconi

Collegno -Torino (Photo by MARCO BERTORELLO / AFP)

4' di lettura

Voucher, misure anti-contagio e zero sconti: i piani d'azione dell'Alto Adige per ripartire

Scopri di più

Viaggeremo o no questa estate? E come? Il dibattito è più che aperto e le questioni sul tavolo sono tante: la sicurezza delle strutture ricettive, le misure per garantire il distanziamento sociale anche nelle aree pubbliche a rischio affollamento (dalle spiagge ai musei fino ai siti storici), le nuove regole per la mobilità. Per non dimenticare l'ipotesi degli incentivi e il bonus vacanza (sotto forma di sgravi fiscali) per chi sceglierà di fare le vacanze in Italia. Proprio il tema del turismo domestico, e di quello di prossimità in modo particolare, è oggetto di discussione fra gli addetti ai lavori del turismo, operatori naturalmente in testa.

Vacanze vicino a casa: le sfide da vincere per l'hospitality

In attesa di un vero e proprio piano strategico (a firma del Governo) che misceli a dovere limitazioni e libertà per i viaggiatori, l'idea che a ridare un grande mano all'industria dell'hospitality possano essere le mete solitamente poco affollate e poco lontane dalla propria abitazione è stimolante per diversi motivi. Quali? La riscoperta di borghi semiconosciuti o di località marine fuori dalle classiche rotte turistiche, per esempio, o per i più "audaci" la possibilità di privilegiare una modalità di vacanza più a contatto con la natura e da fruire seguendo i principi del turismo lento e responsabile, che privilegia l'esperienza con il territorio e le tradizioni locali.

Di "undertourism" e di viaggiatori "trasformativi", in cerca di sostenibilità ambientale e destinazioni alternative se ne parlava del resto anche prima dello scoppio della pandemia; ora questa propensione di pochi va organizzata e strutturata a favore di molti. Come? Questo è il vero punto. Se deve cambiare il modo di intendere la vacanza degli italiani, deve necessariamente cambiare anche l'offerta di percorsi di trekking e cammini, di attività di cicloturismo e birdwatching, di ippovie e navigazione fluviale. Gli alberghi diffusi o le masserie, che rappresentano già oggi un modello innovativo di ospitalità, dovranno obbligatoriamente sottostare alle procedure e alle misure di sicurezza imposte dal coronavirus, e con esse i piccoli paesi o le località dove queste strutture sono ubicate. Fra il sogno di una stagione turistica all'insegna delle vacanze di prossimità (se su scala regionale o meno, lo scopriremo si spera presto) e la possibilità di vederlo realizzare ci sono quindi di mezzo un'infinità di variabili, di natura economica sicuramente, ma anche di tipo culturale.

Dal turismo "nazionalista" benefici per 21 miliardi di euro

Il vantaggio economico se si resta in Italia

Secondo un'indagine di Demoskopika sarebbe pari a 20,6 miliardi il beneficio, misurato in termini di spesa turistica, generato dai cosiddetti "turisti autoctoni". La metà, pari a 9,8 miliardi di euro, sarebbe a beneficio di quattro sistemi turistici regionali: Lombardia con 2,9 miliardi di euro, Veneto con 2,5 miliardi di euro, Emilia-Romagna con 2,3 miliardi di euro e Lazio con 2,1 miliardi di euro. Sicilia (40,59%), Sardegna (29,06%) e Campania (26,63%) invece le regioni che registrano il maggiore tasso di appartenenza turistica cioè dove si registra la % più alta di persone che trascorrono le vacanze vicino al luogo di residenza.

Gli obblighi da osservare

La possibilità che il turismo domestico faccia da motore della ripresa è in ogni caso reale e su questo punto è sostanzialmente d'accordo anche Francesco Tapinassi, Direttore Scientifico di Bto- Buy Tourism Online (marchio di proprietà di Toscana Promozione Turistica e Camera di Commercio di Firenze) e dirigente al Ministero dei beni culturali, che fa però luce sulle non poche criticità che attende il mondo dell'hospitality nei mesi a venire. Si parte, per prima cosa, da una certezza. "Non sarà possibile - spiega l'esperto al Sole24ore.com - viaggiare all'estero e questa dobbiamo intenderla come un'impossibilità materiale viste le limitazioni attuali. Ma dobbiamo anche chiederci come funzioneranno treni, bus, traghetti e aerei in servizio su scala nazionale, che dovranno limitare gioco forza la loro capacità di trasporto per garantire il distanziamento sociale. Ci sposteremo essenzialmente in auto, ma quale distanza potremmo percorrere?". Da qui la prima riflessione che il turismo in Italia nel 2020 sarà di prossimità perché, di fatto, sarà obbligato ad esserlo.

Le piccole strutture avvantaggiate rispetto alle grandi

a cura dell'ufficio stampa

Estate 2020: a caccia di borghi e luoghi ameni

Ci sono piccole e grandi sfide da vincere per sostenere la ripartenza, come fa notare Tapinassi, e riguardano aspetti molto pratici, come il rispetto della distanza minima fra le persone nei ristoranti e nei luoghi di attrazione. "Dobbiamo ragionare su un modello di estrema prudenza dal punto di vista sanitario e possiamo al momento osservare come avranno maggiori difficoltà, nel regolare la convivenza fra gli ospiti, le grandi strutture rispetto alle piccole come i tanti B&b e agriturismi disseminati per tutta Italia, e come saranno privilegiate le locations con ampi spazi all'aria aperta. Ma se un piccolo borgo non è attrezzato per ospitare tante persone contemporaneamente, ecco che rischierebbe di diventare un nuovo focolaio di contagio". Il turismo di prossimità, insomma, è qualcosa che necessita di organizzazione e procedure, soprattutto in un Paese abituato a concentrare le ferie estive in agosto, privilegiando alcune località della costa o della montagna.

Il rischio che venga meno il piacere della vacanza

C'è, infine, un aspetto "sociale" che non va certamente sottovalutato e che riguarda lo stato d'animo con il quale il turista accoglierà, da una parte, le restrizioni a cui andremo sicuramente incontro per le vacanze (dalle modalità di accettazione e check-in alla condivisione limitata degli spazi) e vivrà, dall'altra, la prospettiva di potersi finalmente muovere dopo settimane di quarantena forzata. "La percezione del singolo viaggiatore - conclude in proposito Tapinassi - dipenderà da molti fattori, non ultimo il fatto di come ogni struttura e ogni destinazione racconterà la propria capacità di garantire la sicurezza ai suoi ospiti. Oggi, a mio avviso, mancano ancora alcuni elementi fondamentali per pensare a come dovrà essere gestita la ripresa dei flussi turistici, perché se viene messo forzatamente in discussione il senso di piacere e di leisure della vacanza, viene a mancare un elemento chiave del viaggio".

Per approfondire

? Dove andare "quando sarà passato?". Online la piattaforma con le offerte per viaggi scontati

24 aprile 2020

TURISMO E FASE 2

Voucher, misure anti-contagio e zero sconti: i piani d'azione dell'Alto Adige per ripartire
di Gianni Rusconi

I trentini poco propensi a passare le vacanze entro i "confini"

Trento. I trentini e gli altoatesini non avrebbero un granché© intenzione di passare le proprie vacanze, coronavirus permettendo, all'interno dei "confini" regionali. I una delle conclusioni a cui è"...

24 aprile 2020

Diminuire font Ingrandire font Stampa

Trento. I trentini e gli altoatesini non avrebbero un granché© intenzione di passare le proprie vacanze, coronavirus permettendo, all'interno dei "confini" regionali. I una delle conclusioni a cui è" giunto l'Istituto Demoskopika che da anni si occupa di ricerca economica e sociale, indagini di mercato e sondaggi di opinione. L'Istituto presieduto da Raffaele Rio e che ha sedi a Roma e Rende (Cosenza), in una nota individua nel "turista autoctono" e in un "turismo a chilometro zero" gli elementi per una "possibile risalita" dopo la crisi. Almeno per compensare gli arrivi stranieri previsti in un primo momento e che con grande probabilità verranno (se già non lo sono) perlopiù¹ cancellati. Sulla scorta di dati ricavati e incrociati secondo diversi indicatori e da fonti quali la Banca d'Italia e l'Istat che si riferiscono al periodo 2017-2018, Demoskopika ha ideato il Tatur, che sta per tasso di appartenenza turistica regionale, «quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella regione». Lo scenario che ne emerge è" quello di un Trentino-Alto Adige nella parte bassa della classifica (5,94%). Peggio stanno solo Basilicata, Liguria, Molise, Umbria e Valle d'Aosta. In testa la Sicilia (40,59%) e la Sardegna. «La scelta dei cittadini di trascorrere le vacanze all'interno del territorio di residenza – riflettono i ricercatori dell'Istituto – può² fare la differenza. In altri termini si va delineando un processo secondo cui saranno premiati quei sistemi turistici locali che più¹ degli altri saranno in grado di trattenere i rispettivi "mercati autoctoni", convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei servizi ricettivi caratterizzanti l'offerta turistica». «I necessario – secondo il presidente Raffaele Rio, tra l'altro autore di una recente ricerca, "Turismo in quarantena. Gli effetti del Coronavirus sul sistema italiano" pubblicata dalla trentina Tangram – garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico», privilegiando la strada del "turismo di prossimità". «Tutto ciò², valorizzando tradizioni, peculiarità e patrimonio culturale come matrice identitaria della comunità, – aggiunge – farà la differenza». Se così³ fosse, a Trentino Marketing, agli strateghi dell'offerta turistica il lavoro non mancherà. P.A.PI.

24 aprile 2020

Diminuire font Ingrandire font Stampa

Callipo: "incentivi al turismo a km zero. Riscopriamo la Calabria"

24 Aprile 2020 13:14 | Danilo Loria

24 Aprile 2020 13:14

Callipo: "solo i calabresi possono salvare la Calabria: incentivi al turismo a km zero"

"Lo dico da tempo: solo i calabresi possono salvare la Calabria. Possiamo e dobbiamo fare di tutto perché dall'emergenza Coronavirus venga fuori una regione migliore, consapevole delle proprie potenzialità e pronta ad aiutare se stessa". È quanto dichiara Pippo Callipo, capogruppo di "Io resto in Calabria" in Consiglio regionale, che aggiunge: "È purtroppo concreto il rischio che il nostro tessuto economico, già di per sé fragile, subisca ora un colpo devastante. Il turismo è uno dei comparti che maggiormente patirà le conseguenze del lockdown e, anche quando i blocchi verranno gradualmente rimossi, ci sarà da affrontare la comprensibile paura delle persone a spostarsi. Credo però che ogni crisi debba essere trasformata in opportunità e, in questo senso, i dati diffusi da Demoskopika nelle scorse ore forniscono un'utilissima chiave di lettura per l'immediato futuro" Secondo l'istituto di ricerca - prosegue Callipo - se i calabresi quest'anno scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria si potrebbero generare circa 7,5 milioni di presenze, per un beneficio quantificabile in una spesa di 343 milioni di euro a favore del comparto turistico. La Regione deve, a mio avviso, cogliere subito questa prospettiva e cercare di sostenere il turismo "a km zero" con incentivi economici e campagne di comunicazione mirate. Tutto, preliminarmente, deve passare da un Piano di riapertura del turismo che va predisposto tenendo conto delle direttive che arriveranno a breve dal governo per la "fase 2". Ma è necessario farsi trovare pronti - aggiunge il capogruppo di IRIC - e per questo mi appello alla Giunta regionale: si creino dei gruppi di lavoro dedicati ad ogni comparto del settore (alberghiero ed extra-alberghiero, agenzie di viaggio, tour operator, stabilimenti balneari, ristorazione, musei e luoghi di cultura), si istituisca un coordinamento snello guidato dall'assessore al ramo e si avvii subito il confronto per pianificare e mettere in atto una strategia di ripartenza. Bisogna partire dai numeri, dai dati a disposizione sui target e dalle possibili misure di sostegno per non far morire le imprese e per aiutarle a rialzarsi. Bisogna avere e infondere fiducia. La comunicazione in questo può essere decisiva quanto gli aiuti economici. Questo maledetto virus - conclude Callipo - ha causato troppe vittime ma non ha sporcato la nostra vera, grande ricchezza, ha lasciato intatta la bellezza della Calabria. È il momento di riscoprirla".

a cura dell'ufficio stampa

Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi

Demoskopika, potrebbe compensare del 30% crollo degli stranieri

giovedì 23 aprile 2020 14:17

(ANSA) - ROMA, 23 APR - Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. I ricercatori di Demoskopika calcolano che dal turismo "nazionale" potrebbero arrivare benefici per 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto massacrato dagli effetti del coronavirus con una spesa pari appunto a 20,6 miliardi di euro. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Coronavirus: dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi di euro

Demoskopika, potrebbe compensare del 30 per cento il crollo degli stranieri

23 Aprile 2020

(ANSA) - ROMA, 23 APR - Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. I ricercatori di Demoskopika calcolano che dal turismo "nazionale" potrebbero arrivare benefici per 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto massacrato dagli effetti del coronavirus con una spesa pari appunto a 20,6 miliardi di euro. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi

Demoskopika, potrebbe compensare del 30% crollo degli stranieri

Redazione ANSA ROMA

(ANSA) - ROMA, 23 APR - Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. I ricercatori di Demoskopika calcolano che dal turismo "nazionale" potrebbero arrivare benefici per 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto massacrato dagli effetti del coronavirus con una spesa pari appunto a 20,6 miliardi di euro. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. (ANSA).

Ottieni il codice embed

a cura dell'ufficio stampa

Ripresa. Calabria, dal turismo "a km zero" benefici per 343 milioni di euro

PrM 1 -- 23 Aprile 2020

È la stima della spesa generata dai "turisti autoctoni" nello scenario di una vacanza in Calabria nel 2020. Sicilia, Sardegna e Campania registrano il maggiore tasso di appartenenza turistica ideato da Demoskopika. E, intanto, il presidente dell'Istituto di ricerca, Raffaele Rio lancia la strategia del "sasso nello stagno" per individuare i mercati da intercettare per la risalita:

«Necessario garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico».

Se i calabresi scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria nell'anno in corso potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi generata dagli effetti del Covid-19. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: quasi 7,5 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto con una spesa pari a 343 milioni di euro. Una "scelta regionalista" che potrebbe compensare almeno del 20% la probabile rilevante contrazione dei turisti stranieri nel territorio regionale che nel 2019 hanno superato quota 2 milioni di presenze.

Tre i gruppi di turisti "autoctoni" sui quali - secondo i ricercatori di Demoskopika - si gioca l'immediata partita della ripresa: gli identitari, gli esterofili e i nazionalisti ai quali, solo in un secondo tempo, si aggiungerebbero i turisti stranieri. La Calabria, con il 18,2%, presenta un livello di appartenenza turistica al di sopra della media nazionale: su un totale di 1,6 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 291 mila (identitari) si sono "consumati" nel territorio regionale. Il tasso di appartenenza turistica, ideato da Demoskopika, misura il rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella loro regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione.

«Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale - ha dichiarato il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - bisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza concentrando e tempificando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza. Si tratta - precisa Raffaele Rio - di attivare un pacchetto di interventi che non si limiti esclusivamente all'adeguamento dei prodotti tradizionali ma che valorizzi anche il turismo a "chilometro zero", i luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti meravigliosi borghi presenti nei nostri territori. Una strategia, dunque, che, come un sasso nello stagno, generi più cerchi concentrici, ognuno dei quali a rappresentare i differenti gruppi di turisti autoctoni da convincere e motivare per la scelta della destinazione più idonea. Ciò - avverte il presidente di Demoskopika - in costante condivisione tra i vari livelli istituzionali per scongiurare che l'inevitabile competizione che scoppierà tra i sistemi turistici regionali possa generare livelli qualitativamente discriminanti alimentando offerte di serie A e di serie B».

Appartenenza turistica: svezta la Sicilia, 41 su 10 amano la vacanza "in casa". È oramai consolidato l'orientamento secondo il quale la ripresa del turismo in Italia punterà, in una prima fase, sulla prossimità valorizzando tradizioni, peculiarità e patrimonio culturale come matrice identitaria della comunità. La scelta dei cittadini di trascorrere le vacanze all'interno del territorio di residenza, dunque, può fare la differenza, soprattutto per compensare la drastica contrazione dell'incoming turistico prevista per la stagione in corso in maniera più o meno omogenea in tutto il Belpaese. In altri termini, si va delineando il processo secondo cui saranno premiati quei sistemi turistici locali che più degli altri saranno in grado di trattenere i rispettivi "mercati autoctoni", convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei servizi ricettivi caratterizzanti l'offerta turistica.

In questa direzione, Demoskopika ha ideato il T.a.t.u.r, acronimo che sta per tasso di appartenenza turistica regionale quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella regione. Tre i gruppi di turisti rilevati in coerenza con la strategia del "sasso nello stagno": gli identitari, gli esterofili, e, infine, i nazionalisti. Lo spaccato che emerge presenta uno scenario alquanto variegato. A conquistare la vetta, infatti, è la Sicilia che, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono "consumati" in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%. Appartenenza più che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%). In un livello minore rientrano Friuli Venezia Giulia (10,93%), Abruzzo (9,25%), Marche (8,61%) e Trentino-Alto Adige (5,94%). In coda, con valori bassi del tasso di appartenenza turistica la Basilicata (5,41%), la Liguria (5,30%), il Molise (4,87%),

a cura dell'ufficio stampa

Ripresa. Calabria, dal turismo "a km zero" benefici per 343 milioni di euro

l'Umbria (3,61%). A chiudere la classifica del tasso di appartenenza turistica regionale è, infine, la Valle d'Aosta i cui circa 11 mila turisti identitari pesano soltanto per l'1,27% sul totale dell'universo dei viaggiatori valdostani.

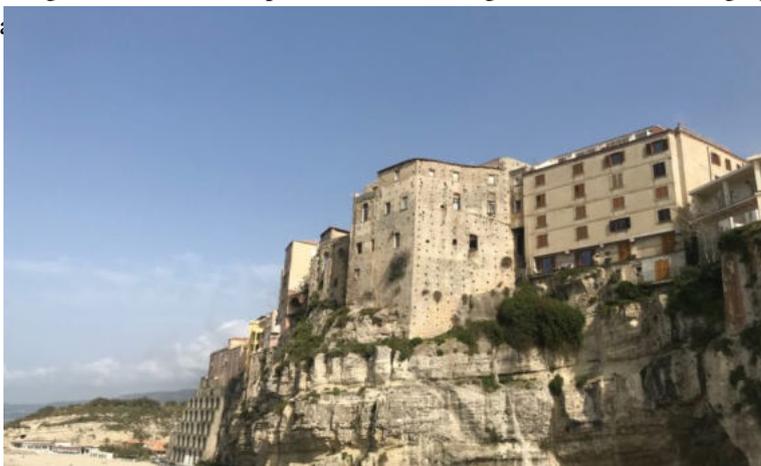
Territorio: il turismo autoctono può generare 84,9 milioni di arrivi e 278 milioni di presenze. Ogni anno sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni rappresentano il gruppo di coloro che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni il cluster di chi ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive. Movimenti rilevanti su cui puntare per la stagione in corso, resi ancora più evidenti dalle presenze turistiche che potrebbero generare: ben 278 milioni di cui 66,5 milioni dai turisti definiti dallo studio "esterofili", 164 milioni dal gruppo dei "nazionalisti" e, infine, 46,9 milioni dagli "identitari". I vantaggi - si legge ancora dallo studio - non sarebbero di poco conto. Se gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero quest'anno per l'Italia, le presenze potrebbero compensare la perdita dei turisti stranieri almeno del 30%, con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze e con alcune regioni che potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

Vantaggi: dal "turismo di prossimità" quasi 21 miliardi di euro. Sarebbe pari a 20,6 miliardi il beneficio, misurato in termini di spesa turistica, generato dai cosiddetti "turisti autoctoni": 5 miliardi in dote agli "esterofili", 3,5 miliardi provenienti dal gruppo degli "identitari" e, la parte più consistente; pari a 12,1 miliardi in quota ai cosiddetti turisti "nazionalisti". La metà, pari a 9,8 miliardi di euro, sarebbe a beneficio di quattro sistemi turistici regionali: Lombardia con 2,9 miliardi di euro, Veneto con 2,5 miliardi di euro, Emilia-Romagna con 2,3 miliardi di euro e Lazio con 2,1 miliardi di euro.

Breve nota metodologica.

Si precisa che per ridurre eventuali distorsioni, i dati di tutti gli indicatori osservati e stimati (arrivi, presenze e spesa turistica) sono stati ricavati quale media del periodo 2017-2018. Le fonti utilizzate sono state, inoltre, la Banca d'Italia per quanto riguarda la stima del cluster degli esterofili e l'Istat per la rilevazione degli altri due rimanenti gruppi: identitari e nazionalisti.

C.S. Demoskopica



a cura dell'ufficio stampa

Dal turismo 'nazionale' benefici per 21 miliardi

Demoskopika, potrebbe compensare del 30% crollo degli stranieri

23 Aprile 2020

ROMA, 23 APR - Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. I ricercatori di Demoskopika calcolano che dal turismo "nazionale" potrebbero arrivare benefici per 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto massacrato dagli effetti del coronavirus con una spesa pari appunto a 20,6 miliardi di euro. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. (ANSA).

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopika, dal turismo "a chilometro zero" benefici in Calabria per 343 milioni di euro

Demoskopika, dal turismo "a chilometro zero" benefici in Calabria per 343 milioni di euro

Dettagli

Giovedì, 23 Aprile 2020 11:15

Cosenza - Se i calabresi scegliessero di trascorrere una vacanza in Calabria nell'anno in corso potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi generata dagli effetti del Covid-19. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: quasi 7,5 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto con una spesa pari a 343 milioni di euro. Una "scelta regionalista" che potrebbe compensare almeno del 20% la probabile rilevante contrazione dei turisti stranieri nel territorio regionale che nel 2019 hanno superato quota 2 milioni di presenze.

Tre i gruppi di turisti "autoctoni" sui quali - secondo i ricercatori di Demoskopika - si gioca l'immediata partita della ripresa: gli identitari, gli esterofili e i nazionalisti ai quali, solo in un secondo tempo, si aggiungerebbero i turisti stranieri. La Calabria, con il 18,2%, presenta un livello di appartenenza turistica al di sopra della media nazionale: su un totale di 1,6 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 291 mila (identitari) si sono "consumati" nel territorio regionale. Il tasso di appartenenza turistica, ideato da Demoskopika, misura il rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella loro regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione.

"Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale - ha dichiarato il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - bisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza concentrando e tempificando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza. Si tratta - precisa Raffaele Rio - di attivare un pacchetto di interventi che non si limiti esclusivamente all'adeguamento dei prodotti tradizionali ma che valorizzi anche il turismo a "chilometro zero", i luoghi minori, la montagna, i parchi, i tanti meravigliosi borghi presenti nei nostri territori. Una strategia, dunque, che, come un sasso nello stagno, generi più cerchi concentrici, ognuno dei quali a rappresentare i differenti gruppi di turisti autoctoni da convincere e motivare per la scelta della destinazione più idonea. Ciò - avverte il presidente di Demoskopika - in costante condivisione tra i vari livelli istituzionali per scongiurare che l'inevitabile competizione che scoppierà tra i sistemi turistici regionali possa generare livelli qualitativamente discriminanti alimentando offerte di serie A e di serie B".

Appartenenza turistica: svetta la Sicilia, 41 su 10 amano la vacanza "in casa"

È oramai consolidato l'orientamento secondo il quale la ripresa del turismo in Italia punterà, in una prima fase, sulla prossimità valorizzando tradizioni, peculiarità e patrimonio culturale come matrice identitaria della comunità. La scelta dei cittadini di trascorrere le vacanze all'interno del territorio di residenza, dunque, può fare la differenza, soprattutto per compensare la drastica contrazione dell'incoming turistico prevista per la stagione in corso in maniera più o meno omogenea in tutto il Belpaese. In altri termini, si va delineando il processo secondo cui saranno premiati quei sistemi turistici locali che più degli altri saranno in grado di trattenere i rispettivi "mercati autoctoni", convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei servizi ricettivi caratterizzanti l'offerta turistica.

In questa direzione, Demoskopika ha ideato il T.a.tu.r, acronimo che sta per tasso di appartenenza turistica regionale quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella regione. Tre i gruppi di turisti rilevati in coerenza con la strategia del "sasso nello stagno": gli identitari, gli esterofili, e, infine, i nazionalisti. Lo spaccato che emerge presenta uno scenario alquanto variegato. A conquistare la vetta, infatti, è la Sicilia che, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono "consumati" in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%. Appartenenza più che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%). In un livello minore rientrano Friuli Venezia Giulia (10,93%), Abruzzo (9,25%), Marche (8,61%) e Trentino-Alto Adige (5,94%). In coda, con valori bassi del tasso di appartenenza turistica la Basilicata (5,41%), la Liguria (5,30%), il Molise (4,87%), l'Umbria (3,61%). A chiudere la classifica del tasso di appartenenza turistica regionale è, infine, la Valle d'Aosta i cui circa 11

a cura dell'ufficio stampa

Demoskopica, dal turismo ?a chilometro zero? benefici in Calabria per 343 milioni di euro

mila turisti identitari pesano soltanto per l'1,27% sul totale dell'universo dei viaggiatori valdostani.

Territorio: il turismo autoctono può generare 84,9 milioni di arrivi e 278 milioni di presenze

Ogni anno sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni rappresentano il gruppo di coloro che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni il cluster di chi ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive. Movimenti rilevanti su cui puntare per la stagione in corso, resi ancora più evidenti dalle presenze turistiche che potrebbero generare: ben 278 milioni di cui 66,5 milioni dai turisti definiti dallo studio "esterofili", 164 milioni dal gruppo dei "nazionalisti" e, infine, 46,9 milioni dagli "identitari". I vantaggi - si legge ancora dallo studio - non sarebbero di poco conto. Se gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero quest'anno per l'Italia, le presenze potrebbero compensare la perdita dei turisti stranieri almeno del 30%, con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze e con alcune regioni che potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

Vantaggi: dal "turismo di prossimità" quasi 21 miliardi di euro.

Sarebbe pari a 20,6 miliardi il beneficio, misurato in termini di spesa turistica, generato dai cosiddetti "turisti autoctoni": 5 miliardi in dote agli "esterofili", 3,5 miliardi provenienti dal gruppo degli "identitari" e, la parte più consistente; pari a 12,1 miliardi in quota ai cosiddetti turisti "nazionalisti". La metà, pari a 9,8 miliardi di euro, sarebbe a beneficio di quattro sistemi turistici regionali: Lombardia con 2,9 miliardi di euro, Veneto con 2,5 miliardi di euro, Emilia-Romagna con 2,3 miliardi di euro e Lazio con 2,1 miliardi di euro.

Breve nota metodologica.

Si precisa che per ridurre eventuali distorsioni, i dati di tutti gli indicatori osservati e stimati (arrivi, presenze e spesa turistica) sono stati ricavati quale media del periodo 2017-2018. Le fonti utilizzate sono state, inoltre, la Banca d'Italia per quanto riguarda la stima del cluster degli esterofili e l'Istat per la rilevazione degli altri due rimanenti gruppi: identitari e nazionalisti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tasso di appartenenza turistica regionale

2020 04 30 La Nazione (ed. Umbria-Terni) pag. 36	1
2020 04 27 L'Economia pag. 67	2
2020 04 26 L'Unione Sarda pag. 03	3
2020 04 25 La Repubblica (ed. Bari) pag. 02	4
2020 04 24 La Repubblica (ed. Bari) pag. 01	5
2020 04 24 Gazzetta di Parma pag. 06	6
2020 04 24 Corriere Adriatico (ed. Ancona) pag. 07	7
2020 04 24 La Sicilia (ed. Catania) pag. 04	8
2020 04 24 Trentino pag. 13	9
2020 04 24 Giornale di Sicilia pag. 05	10
2020 04 24 MF Sicilia pag. 01	11

Perugia

L'allarme Covid-19: la sfida del turismo

«L'Umbria punti sui grandi spazi»

Solo il 3,6% dei visitatori è autoctono. Sfascia (Confindustria): 'Facciamo valere i nostri pochi contagi'

PERUGIA

Si chiama «Tatur» ed è il «Tasso di appartenenza turistica regionale», ovvero la percentuale dei turisti (rispetto al totale dei visitatori) che trascorrono le vacanze nella propria regione. E purtroppo l'Umbria - secondo il calcolo dell'Istituto di ricerca Demoskopica - è tra le realtà messe peggio, dato che questa percentuale è del 3,61%. Dietro, tanto per capire, c'è soltanto la Valle d'Aosta (1,27%), mentre ci sono regioni come la Sicilia dove il turismo cosiddetto 'autoctono' arriva al 40,6 per cento. Ed è proprio dal turismo di appartenenza (o di prossimità) che parte la riflessione del presidente della Sezione Turismo di Confindustria Umbria, Andrea Sfascia. **«La Regione Umbria - spiega - con il provvedimento 'Cura Umbria' del 20 aprile ha stabilito alcune linee strategiche post-Covid che vanno nella giusta direzione per accompagnarci a una azione di promozione che inizieremo più avanti. Non appena sarà consentita la mobilità delle persone sul territorio nazionale ci organizzeremo - sottolinea Sfascia - al momento la possibilità più concreta su cui stiamo lavorando è il turismo di prossimità. Nella nostra regione la situazione sanitaria è infatti positiva, per una volta il nostro cronico isolamento ci ha salvaguardato.**



La nostra offerta turistica si è sempre basata sulla valorizzazione della campagna, dei borghi, dei percorsi spirituali e, più in generale, della vita all'aria aperta. Una condizione in cui il contagio è certamente più difficile. Credo che per l'Italia il turismo di prossimità sia la direzione da percorrere - continua Sfascia - e in questo senso l'Umbria parte

PRESENZE POTENZIALI

«Se i turisti che vanno all'estero puntassero sull'Italia, avremmo un beneficio di 326mila presenze»

Andrea Sfascia
presidente di Confindustria
Settore Turismo

certamente avvantaggiata». Già, perché anche lo studio di Demoskopica, spiega che se gli italiani scegliessero di trascorrere una vacanza nel Belpaese nell'anno in corso, potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi generata dagli effetti del Covid-19: se ad esempio gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero quest'anno per l'Italia, l'Umbria avrebbe un beneficio di 326 mila presenze. Certo, va ag-

giunto che oltre al lockdown formale bisognerà fare i conti con quello psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. E proprio i grandi spazi all'aria aperta, come sostiene Sfascia, potrebbero rappresentare una carta in più per il Cuore Verde. Di sicuro le condizioni di partenza sono complicate.

«Sarà un miracolo se riusciremo a raggiungere il 20% del fatturato dell'anno precedente - riprende il presidente della Sezione turismo Umbria -. Abbiamo lavorato nei mesi di gennaio e febbraio, e ora speriamo nella coda dei mesi invernali. Ma non siamo troppo ottimisti». «Sarà indispensabile - aggiunge Sfascia - l'adozione da parte dei Comuni di provvedimenti che alleggeriscano alcuni costi, già peraltro onerosi in condizioni normali. Penso ad esempio all'eliminazione per il 2020 di tasse e imposte come Imu-Tasi per il 2020, Tosap e tassa di soggiorno, all'annullamento della Tari e alla rimodulazione di alcune tariffe. Stiamo aspettando i protocolli che ci indichino le modalità per poter operare - conclude -: si tratterà di un aggravio considerevole dei costi mentre è certa la diminuzione dei ricavi dovuta al sottoutilizzo delle strutture».

Michele Nucci

a cura dell'ufficio stampa

LUNEDÌ 27.04.2020

CORRIERE FIORENTINO

IV

L'emergenza

L'Economia

LE IMPRESE

ALLARME DAI BUS TURISTICI «2 MILA POSTI A RISCHIO»

Lo stop ai torpedoni ha cancellato tante code nelle strade delle città d'arte, ma anche un giro d'affari da circa 200 milioni di euro l'anno. «25 miliardi di aiuti al turismo? Serve il doppio»

di Silvia Ognibene

I bus turistici sono fermi. Fra le tante categorie pesantemente colpite dalle conseguenze del blocco del turismo dovuto alla pandemia di Covid19 c'è quella dei bus che trasportano i viaggiatori dei tour organizzati e delle crociere: un movimento che ogni anno, ad esempio, porta nelle casse del solo Comune di Firenze 18 milioni di euro sotto forma di ticket di ingresso alla città. Sono i torpedoni che prima del coronavirus impallavano il traffico sui viali di circonvallazione, saturando gli imbuto di accesso al centro storico: del continuo via vai per caricare e scaricare ciurme di turisti giornalieri non c'è più traccia. L'imbuto è sparito, ma con esso anche un giro d'affari per la Toscana di oltre 200 milioni l'anno, 213 imprese attive con circa 1.900 bus turistici e duemila addetti al lavoro.

Le città toscane incassano circa 35 milioni di euro l'anno con il pagamento dei ticket di ingresso: dietro Firenze ci sono Pisa (9 milioni), Siena (4 milioni), Lucca (2 milioni), San Gimignano (un milione). La crisi è pesante e destinata a durare ben oltre quella del turismo dal quale il comparto dipende: è infatti ragionevole ipotizzare che alla ripartenza estiva e autunnale a muoversi saranno i viaggiatori domestici e verso destinazioni prossime alla propria residenza, mentre si dovrà attendere almeno la primavera del 2021 per veder tornare a circolare i turisti internazionali. La Toscana rischia un



Numeri

213

Aziende attive nel settore
dei bus turistici in Toscana,
con 1.900 mezzi

contraccolpo molto duro: secondo una recente indagine dell'istituto di indagini Demoskopika, è fra le regioni italiane con un «tasso di appartenenza turistica» più basso, ovvero poco frequentata dai suoi stessi residenti e molto gettonata dai viaggiatori internazionali. La Sicilia, che guida la classifica dell'appartenenza (cioè del turismo di prossimità) ha

un indice del 40,6% — seguita da Sardegna e Campania — che per la Toscana si ferma al 16,7%, fra i più bassi in assoluto. Presidente del neo costituito comitato dei bus turistici italiani è Riccardo Verona, toscano di Pietrasanta: «Siamo stati il primo settore a fermarsi per la crisi — dice Verona — e saremo anche l'ultimo a ripartire. Il nostro settore non viene

Le idee. Cresce il numero di aziende attorno a "Portale Sardegna" Lo slogan: «Questa è un'Isola sicura»

In questi giorni molti sardi nei loro profili social stanno condividendo un post. Dice che se per l'estate saranno vietati gli spostamenti fuori dalla propria Regione «dovremo "accontentarci" di andare al mare a Chia, Piscinas, Villasimius, Costa Rei, Alghero, Cannigione, Stintino, La Maddalena, Scivu, Porto Pino, Is Aruttas, Tuerredda, Solanas e Cala Domestica. E per le passeggiate dovranno "bastarci" Cagliari, Oliena, Sant'Antioco, Mogoro, Iglesias, Dorgali, Ulassai, Bosa, Castelsardo, Fonni, Desulo, Tonara, Oristano, Nora, Tharros, Nuoro, Budoni, Sassari e Teulada».

Ma se anche tutti traducessero il loro amore per l'Isola in una vacanza vera il mercato regionale non basterebbe a salvare la stagione turistica. Secondo uno studio di Demoskopica sul turismo di prossimità, circa 540mila sardi ogni anno passano le vacanze estive nella loro regione mentre gli arrivi, come testimoniano i dati del Sired regionale, sono stati complessivamente 3.557.557 che hanno sviluppato 15.841.748 presenze di cui 10.757.606 negli alberghi, 4.056.320 nelle strutture Extra-alberghiere (campeggi agriturismo etc.) e 1.027.822 nei bed and break-

fast e negli alloggi privati.

Sardegna isola sicura

Servirà attirare altri visitatori. Almeno quelli nazionali, che rappresentano circa la metà degli arrivi nell'Isola. Portale Sardegna, un gruppo di operatori che rappresenta il 70% della filiera del turismo isolano, sta lavorando a un progetto operativo per garantire una vacanza sicura applicando protocolli dell'Oms e promuovendo lo slogan "Sardegna isola sicura". «Il numero di adesioni cresce costantemente, ogni giorno ci chiamano imprenditori da tutta la Sardegna», riferisce l'amministratore delegato Massimiliano Cossu. «In attesa dei protocolli definitivi delle autorità sanitarie abbiamo predisposto un codice di autodisciplina per comunicare che la Sardegna c'è. Ciò ci consente di iniziare a posizionarci strategicamente rispetto alle altre destinazioni in attesa dei protocolli definitivi che devono predisporre le istituzioni. Noi stiamo declinando il messaggio in una infrastruttura di prodotto che comprenda tutta la filiera e ci stiamo attivando per sostenere arrivi più consistenti dei turisti da metà luglio. Abbiamo unito le nostre forze», prosegue Cossu, «in un bellissi-



mo esperimento di coesione che ci consentirà di studiare risposte comuni per fronteggiare l'emergenza e facciamo tutto ciò che è in nostro potere per farci trovare pronti, ma non ci vogliamo sostituire all'autorità pubblica, che nelle sue azioni di marketing a sostegno di una destinazione ha i suoi tempi».

Tra le iniziative di Portale Sardegna, l'istituzione di un gruppo d'acquisto tra operatori per trattare prezzi migliori sulle forniture del materiale utile alla sanificazione e alla protezione personale. (f. ma.)

RIPRODUZIONE RISERVATA

●●●●
INCOGNITE
Turiste
in spiaggia
ad Alghero
negli anni
scorsi

Ombrelloni dimezzati

Le proposte per i lidi: mascherine obbligatorie negli spazi comuni Emiliano: "Tamponi per i turisti"

di **Antonello Cassano**

Tamponi agli ingressi dei villaggi turistici, ombrelloni più distanti, incentivi per promuovere voli charter, Iva giù al 10 per cento per equiparare tour operator e alberghi, allungamento delle concessioni degli stabilimenti balneari fino al 2033. Oltre naturalmente a distanziamento interpersonale e mascherine all'ingresso degli stabilimenti e in luoghi di aggregazione, come chioschi e bar. Sono soltanto alcune delle proposte che potrebbero regolamentare la prossima stagione estiva in Puglia, in particolare sui 900 chilometri di costa della regione. L'obiettivo è provare a riaprire gli stabilimenti balneari entro metà giugno, sempre che la diffusione del contagio e le relative restrizioni del governo entro quel periodo si saranno allentate.

Le regole d'ingaggio

La Regione ha affidato a Pier Luigi Lopalco (capo del coordinamento emergenze epidemiologiche) il compito di preparare un piano per garantire la stagione estiva in sicurezza. L'epidemiologo ha costituito un gruppo di lavoro formato da docenti di tutte le università pugliesi. Saranno loro a stilare le regole di ingaggio che serviranno sostanzialmente per andare in alberghi, masserie e soprattutto andare al mare in lidi privati e spiagge pubbliche. Il primo confronto fra la squadra di docenti (rappresentata da due professori del Politecnico di Bari: Leonardo Damiani e Angela Barbanen-

te, assessora regionale all'Urbanistica con Nichi Vendola) e le associazioni dei balneari è servito a mettere giù i primi punti fermi. I rappresentanti delle associazioni balneari (Federazione italiana balneari, Federbalneari e Società italiana di salvamento, assenti invece Cna e Sib) hanno formulato alcune priorità: per quanto riguarda i lidi privati, allungamento della distanza fra ombrelloni dagli attuali 2,5 metri a almeno 3,5 metri (che di fatto ridurrà del 50 per cento in gran parte degli stabilimenti privati il numero di ombrelloni), obbligatorietà della mascherina all'ingresso e al bar e distanziamento fisico di almeno un metro. Resta però il nodo spiagge libere. I gestori dei lidi privati si rifiutano di prendersi in carico la gestione della sicurezza anche nei pezzi di costa pubblici e chiedono che siano i Comuni a gestirli ingaggiando bagnini e polizia municipale.

I tamponi nei villaggi

A complicare il quadro ci sono le incertezze in ambito nazionale. Non è ancora chiaro se dopo il 4 maggio e dall'estate sarà permessa soltanto la circolazione all'interno delle regioni (in questo caso la Puglia potrà contare sul 20,5 per cento di turisti identitari, cioè di coloro che non lasciano la regione in cui vivono per trascorrere le vacanze, come emerge da un'indagine di Demoskopica) o per macroaree oppure anche fra Nord e Sud. Lo scenario dunque è tutt'altro che definito. Motivo che spinge il presidente della Regione, Michele Emiliano, a valutare anche nuove strade, come quella dei tam-

poni da effettuare all'ingresso dei villaggi: «Stiamo pensando a misure molto rigide a tutela della salute che consentano a chiunque decida di spostarsi per passare un periodo di vacanza di effettuare i tamponi all'entrata delle strutture turistiche, in modo tale da garantire tutti gli altri ospiti». L'obiettivo della Regione è salvare la stagione turistica: «L'alternativa è quella di far saltare tutto, terrificante per noi». In gioco ci sono un fatturato annuo intorno

al un miliardo di euro e la sopravvivenza di centinaia di aziende.

Gli incentivi i per i voli

Le proposte però non si fermano qui. A dimostrazione che la stagione turistica in arrivo è ancora tutta da costruire ci sono anche le idee lanciate da Giuseppe Pagliara, amministratore delegato dei brand Valtur e Nicolaus (con sede a Ostuni): «Il turismo - dice Pagliara - non può aspettare, serve un quadro nor-

La ricerca

Turismo, la Puglia è identitaria: più del 20% non lascia la regione

La Puglia ha il 20,5 per cento di turisti identitari, che non lasciano la regione in cui vivono per trascorrere le vacanze. E con le sue 771.195 presenze conquista il quinto posto nella classifica nazionale elaborata dal gruppo di indagine, preceduta da Sicilia, Lombardia, Campania e Sardegna. I dati emergono da una indagine condotta da Demoskopica in cui i turisti sono ripartiti in “nazionalisti”, se amano trascorrere periodi di ferie nel paese di origine ma in una regione diversa da quella di residenza, “esterofili”, se scelgono di

andare oltre i confini italiani; e appunto “identitari” che non lasciano la regione in cui vivono.

Dallo studio risulta che la Puglia però resta anche la metà di molti nazionalisti: più di 2 milioni e 400mila coloro che hanno passato tra le sue bellezze e il buon cibo le vacanze. Gli esterofili invece sono 746.937. L'indagine si è basata sul Tatur, ovvero il tasso di appartenenza turistica regionale che “può generare 84,9 milioni di arrivi e 278 milioni di presenze”, sostiene la ricerca.

CORONAVIRUS/ LA RIAPERTURA

TURISMO FERITO

La crisi c'è, ma dalle vacanze «italiane» può arrivare un tesoretto da 21 miliardi

Per compensare in parte il crollo degli arrivi dall'estero, Conte annuncia la campagna «Viaggio in Italia» che il governo lancia in vista della prossima estate. Si potrebbero raggiungere 278 milioni di presenze

CINZIA CONTI

■ ROMA Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. Se non la soluzione alla drammatica crisi che attanaglia il turismo italiano, fatto a pezzi dal lockdown e dalla pandemia, potrebbe essere almeno una boccata d'ossigeno per imprese e operatori. Almeno stando all'indagine di Demoskopika che calcola che il turismo «nazionale» potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro. Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 mi-

lioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze. Alcune regioni potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche. «Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale - spiega il presi-

dente di Demoskopika, Raffaele Riobisognerà fare i conti con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza, concentrando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una regione che ogni anno scelgono l'estero; e, infine, i nazionalisti». Ogni anno - secondo Demoskopika - sono 85 milioni i flus-

si degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni restano in Italia non nella loro regione di residenza e 14,6 milioni amano trascorrere le vacanze nel territorio dove vive. Complice la bellezza della regione e soprattutto delle spiagge, la Sicilia, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di «appartenenza turistica»: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono «consumati» in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la

Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%. Appartenenza più che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%). In un livello minore rientrano Friuli Venezia Giulia (10,93%), Abruzzo (9,25%), Marche (8,61%) e Trentino-Alto Adige (5,94%). In coda, con valori bassi del tasso di appartenenza turistica la Basilicata (5,41%), la Liguria (5,30%), il Molise (4,87%), l'Umbria (3,61%).

IL DOSSIER**LE VACANZE
A KM ZERO
E DA SOLD OUT**

● il turismo nazionale potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro. È questa la previsione dell'indagine di Demoskopika che sottolinea come le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese e addirittura le Marche potrebbero superare la soglia massima di compensazione assieme a Molise, Abruzzo, Basilicata e Piemonte. La nostra regione fino ad oggi ha movimentato il turismo autoctono pari all'8,61% e questa potrebbe essere l'occasione per incentivare i marchigiani a riscoprire la bellezza della loro terra attraverso percorsi e itinerari diversi e suggestivi.

Rilancio turismo, la Sicilia la meta più gettonata dagli italiani

Il premier Conte accoglie la proposta del presidente Musumeci: cabina di regia per gestire la ripartenza



Turisti a Ortigia

CINZIA CONTI

ROMA. Turismo punto prioritario di ripartenza per il Paese. Se ne è parlato nel corso della videoconferenza Stato-Regioni, con il presidente della Regione Siciliana, Nello Musumeci, che ha chiesto al premier Conte l'attivazione di un tavolo per il rilancio.

In risposta a Musumeci, che gli aveva anche chiesto di «iniziare a disciplinare quali segmenti del turismo possono ripartire», citando quelli «naturalisti e ambientali che non creano assembramenti», Conte ha spiegato che «sarà fatto ogni sforzo per recuperare tutto quello che è possibile perché il turismo è un sentimento di orgoglio nazionale».

Il premier ha anche annunciato nella cabina di regia di ieri sera la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. Se non la soluzione alla drammatica

crisi che attanaglia il turismo italiano, fatto a pezzi dal lockdown e dalla pandemia, potrebbe essere almeno una boccata d'ossigeno per imprese e operatori. Almeno stando all'indagine di Demoskopika che calcola che il turismo «nazionale» potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro.

Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3

milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze.

Complice la bellezza della regione e soprattutto delle spiagge, la Sicilia, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di «appartenenza turistica»: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono «consumati» in territorio siciliano. A seguire, con tassi rilevanti, anche la Sardegna e la Campania rispettivamente con il 29,06% e il 26,63%. Appartenenza più che significativa anche per Lombardia (21,37%), Puglia (20,51%) e Veneto (19,91%). A registrare un tasso di appartenenza intermedia cinque sistemi turistici regionali: Piemonte (18,20%), Calabria (18,18%), Toscana (16,72%), Emilia-Romagna (15,75%) e Lazio (14,28%).

**Per Demoskopika
l'Isola attira il 40,5%
di visitatori autoctoni**

I trentini poco propensi a passare le vacanze entro i “confini”

Istituto Demoskopica
Neppure il 6% è favorevole alle ferie fatte “in casa”

TRENTO. I trentini e gli altoatesini non avrebbero un granché intenzione di passare le proprie vacanze, coronavirus permettendo, all'interno dei “confini” regionali. È una delle conclusioni a cui è giunto l'Istituto Demoskopika che da anni si occupa di ricerca economica e sociale, indagini di mercato e sondaggi di opinione. L'Istituto presieduto da Raffaele Rio e che ha sedi a Roma e Rende (Cosenza), in una nota individua

nel “turista autoctono” e in un “turismo a chilometro zero” gli elementi per una “possibile risalita” dopo la crisi. Almeno per compensare gli arrivi stranieri previsti in un primo momento e che con grande probabilità verranno (se già non lo sono) perlopiù cancellati. Sulla scorta di dati ricavati e incrociati secondo diversi indicatori e da fonti quali la Banca d'Italia e l'Istat che si riferiscono al periodo 2017-2018, Demoskopika ha ideato il Tatur, che sta per tasso di appartenenza turistica regionale, «quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella



• Il lago di Tovel, una delle attrazioni turistiche trentine

regione». Lo scenario che ne emerge è quello di un Trentino-Alto Adige nella parte bassa della classifica (5,94%). Peggio stanno solo Basilicata, Liguria, Molise, Umbria e Valle d'Aosta. In testa la Sicilia (40,59%) e la Sardegna. «La scelta dei cittadini di trascorrere le vacanze all'interno del territorio di residenza - riflettono i ricercatori dell'Istituto - può fare la differenza. In altri termini si va delineando un processo secondo cui saranno premiati quei sistemi turistici locali che più degli altri saranno in grado di trattenerli e rispettivi “mercati autoctoni”, convincendoli ad usufruire dei prodotti turistici e dei servizi ri-

cettivi caratterizzanti l'offerta turistica». «È necessario - secondo il presidente Raffaele Rio, tra l'altro autore di una recente ricerca, “Turismo in quarantena. Gli effetti del Coronavirus sul sistema italiano” pubblicata dalla trentina Tangram - garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il lockdown psicologico», privilegiando la strada del “turismo di prossimità”. «Tutto ciò, valorizzando tradizioni, peculiarità e patrimonio culturale come matrice identitaria della comunità, - aggiunge - farà la differenza». Se così fosse, a Trentino Marketing, agli strategi dell'offerta turistica il lavoro non mancherà. **PA.PI.**

Il caso promettente della Sicilia

I turisti italiani per compensare il buco straniero

Potrebbe mettere assieme un tesoretto da 21 miliardi

Cinzia Conti

ROMA

Il premier Giuseppe Conte ha annunciato nella cabina di regia di la campagna Viaggio in Italia che il governo lancerà in vista della prossima estate. Se non la soluzione alla drammatica crisi che attanaglia il turismo italiano, fatto a pezzi dal lockdown e dalla pandemia, potrebbe essere almeno una boccata d'ossigeno per imprese e operatori. Almeno stando all'indagine di Demoskopika che calcola che il turismo «nazionale» potrebbe generare un tesoretto da 21 miliardi di euro.

Sarebbero, infatti, rilevanti le cifre del mercato autoctono: ben 278 milioni di presenze. Le vacanze all'italiana potrebbero compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel nostro Paese (nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze) con punte del 67% in Puglia con 2,3 milioni di presenze, del 65,7% in Emilia-Romagna con 7,1 milioni di presenze e del 63,5% in Umbria con 326 mila presenze. Alcune regioni potrebbero addirittura superare la soglia massima di compensazione come Molise, Abruzzo, Basilicata, Piemonte e Marche.

«Se non si getta un sasso nello stagno, l'acqua non fa i cerchi. Finito il lockdown formale - spiega il presidente di Demoskopika, Raffaele Rio - bisognerà fare i conti

con il lockdown psicologico, con la paura dei cittadini di spostarsi. In questa direzione, risulta necessario che ciascun sistema regionale si attivi per ripensare l'offerta turistica in totale sicurezza, concentrando l'attenzione prioritariamente su tre differenti tipologie di turisti italiani: gli identitari, cioè i turisti italiani che trascorrono le vacanze nella regione di residenza; gli esterofili, cioè turisti italiani residenti in una determinata regione che ogni anno scelgono l'estero quale meta vacanziera; e, infine, i nazionalisti, cluster che rappresenta i turisti italiani residenti in una determinata regione che scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma fuori dai confini del loro territorio regionale di residenza».

Ogni anno - secondo Demoskopika - sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono coloro i quali prediligono le vacanze all'estero, 49,2 milioni restano in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni ama trascorrere le vacanze nel territorio dove vive.

Complice la bellezza della regione e soprattutto delle spiagge, la Sicilia, con il 40,59%, presenta il più elevato livello di «appartenenza turistica»: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono «consumati» in territorio siciliano.

LE MISURE ALLO STUDIO DELL'ASSESSORATO REGIONALE AL TURISMO

Pacchetti per tutti

Una notte in regalo a chi soggiornerà almeno tre giorni nell'Isola. L'idea ripresa dall'amministrazione. In Sicilia il turismo autoctono ha buoni numeri, potrebbe essere una occasione. Piscopo: «Uniamo la filiera del settore»

Nell'estate che sarà di prossimità e, con buona probabilità, con gli spostamenti fuori dalla Regione che saranno proibiti (o quanto meno sconsigliati) la Regione siciliana sta preparando 600 mila pacchetti turistici che saranno immessi sul mercato e che saranno regalati ai turisti che soggiorneranno almeno tre notti in Sicilia; su tre notti, una la regalerà l'assessorato al Turismo. Lo ha detto l'assessore regionale al Turismo Manlio Messina, intervenuto al meeting on line con gli operatori turistici privati organizzati da «Skal International Palermo» e dal portale travelnostop.com. In questo modo, ha spiegato, «acquistiamo servizi da tutti i settori della filiera turistica che saranno messi in circolazione per il recupero dei flussi sia individuali sia di gruppo». A disposizione sono stati messi 50 milioni di euro per cercare di dare subito liquidità alle imprese: «Sappiamo che non risolveremo il problema ma sicuramente si tratta di piccole risorse che consentiranno al comparto di respirare». Il fondo verrà utilizzato da subito mentre servizi e pac-

chetti saranno immessi sul mercato quando si potrà tornare a viaggiare: «Potrebbe essere già a luglio-agosto», ha aggiunto l'assessore, «oppure per favorire la destagionalizzazione e quindi da ottobre. I dettagli saranno resi noti quando la Finanziaria sarà approvata».

Il progetto sarà supportato da un piano di comunicazione arricchito da una piattaforma web e una app. Conclude Messina: «Possiamo dire, paradossalmente, che grazie alla crisi stiamo riuscendo ad attivare servizi che prima stavamo solo immaginando, come il nuovo sito della Regione che avrà una conformazione diversa e dove sarà presente sia l'aspetto della prenotazione che quello della promozione in cui tutti potranno pubblicizzare la propria attività».

«Consideriamo l'ospite come uno special guest che in Sicilia si trova sempre a casa sua», spiega Toti Piscopo patron di Travelnostop che ha lanciato l'idea dei pacchetti, «oltre ad essere una possibile strategia di marketing diventa il modo per fare stare insieme tutte le categorie della filiera turistica, creando un sistema nell'offerta

commerciale in un momento che possiamo chiamare l'anno zero del turismo, potendo pensare anche ad un futuro diverso».

Una proposta simile, allargata però alle regioni di tutto il Mezzogiorno, arriva da Matilde Siracusano, deputato di Forza Italia alla Camera che propone «risorse a fondo perduto, cassa integrazione straordinaria, aiuti ai lavoratori stagionali. Per le regioni meridionali propongo un "bonus estate al Sud", un aiuto in più per territori già cronicamente in grande difficoltà e che spesso hanno nel turismo l'unica fonte di sviluppo economico». Uno studio di Demoskopika, intanto, quantifica quanti saranno i siciliani che amano la vacanza «in casa». Secondo l'istituto presieduto da Raffaele Rio, infatti, se gli italiani scegliessero di trascorrere una vacanza nel Belpaese nell'anno in corso potrebbero spingere il turismo nostrano a uscire gradualmente dalle secche della crisi. Queste le cifre stimate del mercato autoctono del settore turistico in Italia: 278 milioni di presenze che potrebbero dare una boccata d'ossigeno all'intero com-

parto con una spesa pari a 20,6 miliardi di euro. Una «scelta nazionalista» che potrebbe compensare almeno del 30% il probabile crollo dei turisti stranieri nel Belpaese che nel 2019 hanno superato quota 216 milioni di presenze. I dati sono stati ricavati quale media del periodo 2017-2018. Le fonti utilizzate sono state, inoltre, la Banca d'Italia per quanto riguarda la stima del cluster degli estero-fili e l'Istat per la rilevazione degli altri due rimanenti gruppi: identitari e nazionalisti. Sicilia, Sardegna e Campania presentano il maggior tasso di appartenenza turistica, rapporto ideato dall'istituto di ricerca per misurare l'incidenza dei turisti che trascorrono la vacanza nella loro regione di residenza sul totale dei turisti residenti di quella regione. La Sicilia, con il 40,59%, ha il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 3,2 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono «consumati» in territorio siciliano. A seguire Sardegna e Campania con il 29,06% e il 26,63%. (riproduzione riservata)